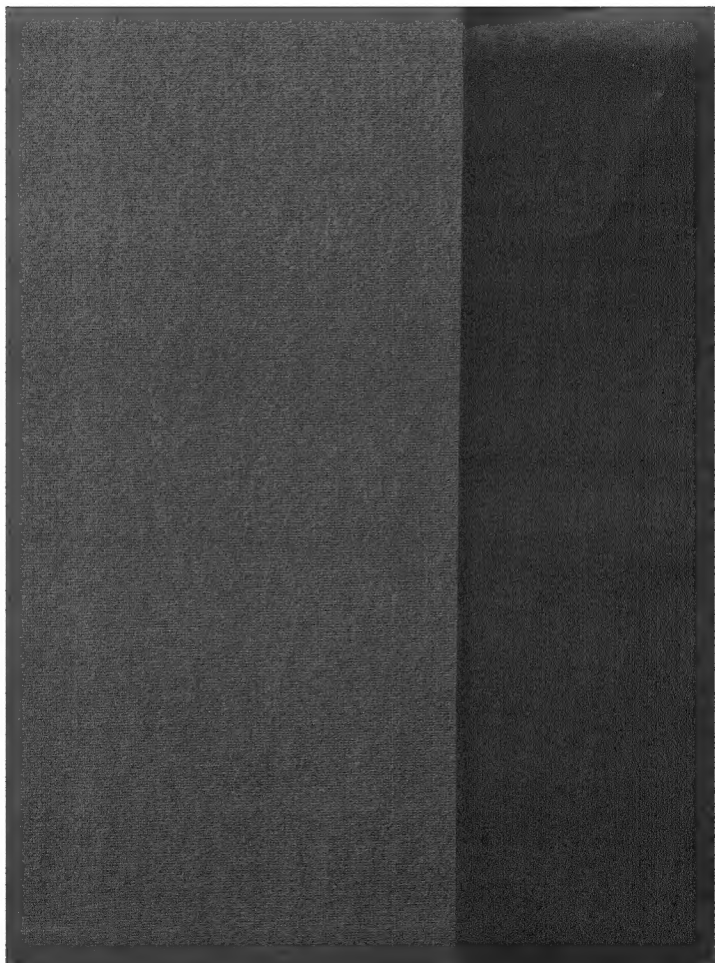


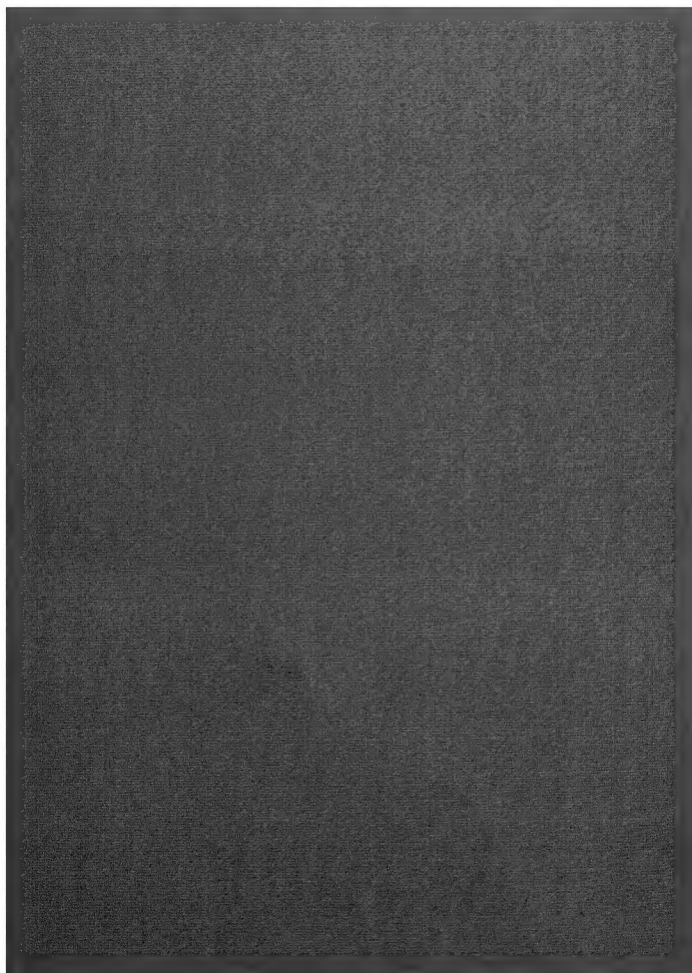
الاتحاد المصري للشرف السياحية

التقرير السنوى لصناعة السياحة فى مصر

١٩٩١ - ١٩٩٠







أهدأت ٢٠٠٢

الاتحاد المصري للغرف السياحية

القاهرة

التقرير السنوى

للإتحاد المصرى للغرف السياحية

عن عام ١٩٩١ / ١٩٩٢



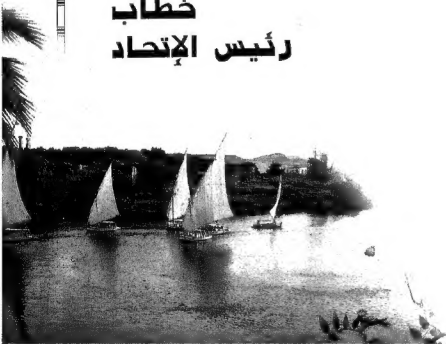


مكونات التقرير

- ٣ خطاب رئيس الإتحاد
- ٥ ١- دور الإتحاد المصرى للغرف السياحية
- ٩ ٢- دور القطاع السياحى فى الاقتصاد القومى
- ١٣ ٣- المشاكل التى تواجه القطاع السياحى وأساليب التصدى لها
- ٢٣ ٤- معدلات تطور القطاع السياحى خلال العام
- ٣٣ ٥- التوسع فى الطاقات الايوائية
- ٣٧ ٦- الجازات الاتصاد خلال العام



خطاب رئيس الإتحاد





السادة الزملاء

لقد إتجه الإتحاد المصرى للغرف السياحية إلى تطوير التقرير السنوى لهذا العام مستهدفاً تدعيم العلاقة بين الإتحاد المصرى للغرف السياحية والعاملين فى القطاع السياحى المصرى ورجال الأعمال وأصحاب المشروعات السياحية من ناحية، ووزارة السياحة بأجهزتها المختلفة ومجلسى الشعب والشورى والمجالس القومية المتخصصة وأجهزة الحكم المحلى والمجالس المحلية وجميع الهيئات الدولية والمحلية من ناحية أخرى من خلال عرض الموضوعات الهامة الحيوية التى تلعب دوراً مؤثراً فى نمو وتطور القطاع السياحى، كما يتضمن التقرير الإنجازات التى تحققت للقطاع السياحى خلال العام مع الإشارة إلى المشاكل التى واجهت القطاع وأساليب التصدى لها. ويقدم التقرير أيضاً إنجازات الإتحاد خلال العام والتقرير بهذا الشكل يحقق غرضين:

الأول : دعم تنمية وتطوير القطاع السياحى

الثانى: توفير قاعدة من المعلومات لجميع الأجهزة المعنية سواء كانت عاملة فى القطاع السياحى أو فى القطاعات الأخرى فى سبيل تمكينهم من إتخاذ القرار السليم.

مع أطيب التمنيات،

أحمد المغربى

رئيس الإتحاد المصرى للغرف السياحية



١- دور الإتحاد المصرى للغرف السياحية





دور الإتحاد المصرى للغرف السياحية

أن الغرض الأساسى الذى من أجله أنشئ الإتحاد المصرى للغرف السياحية هو دعم القطاع السياحى فى مصر ودفعه إلى الأمام فى سبيل تعميق دوره فى مجال التنمية الإقتصادية والإجتماعية وبالتالى مساهمته فى معدلات النمو الإقتصادى فى ظل السياسة العامة للبلاد.

وفى هذا الصدد يقع على عاتق الإتحاد مراعاة المصالح المشتركة للنشاط السياحى فى مصر من خلال تنسيق أعمال الغرف السياحية والشعب والفروع فى المناطق السياحية المختلفة والإشراف على حسن سير هذه الهيئات ومعاونة الحكومة فى وضع الخطة السياحية للبلاد وتنفيذها وإبداء الراى فى التشريعات والنظم المتصلة بالسياحة، وذلك من خلال العمل فى أربع محاور رئيسية البيئة والتنشيط والجودة والتنمية.

ويمكن تلخيص دور الإتحاد فى الآتى:

أولاً: السعى إلى أن تتبوأ صناعة السياحة فى مصر مكانها الطبيعى كأهم صناعة تصديرية من خلال:

- تحقيق التواصل مع مختلف الأجهزة المسئولة بالدولة.
- النظر فى إعادة صياغة التشريعات المنظمة للعمل السياحى فى مصر بما يتماشى مع متطلبات المرحلة الحالية والمستقبلية.
- تاصيل البعدين الإجتماعى والإقتصادى للسياحة لدى المسئولين بالدولة وفئات المجتمع المختلفة.

ثانياً: الإرتقاء بجودة المنتج السياحى المصرى من خلال:

- نشر الوعى السياحى من خلال وسائل الإعلام والمناهج الدراسية والبرامج النوعية.
- رفع مستوى الخدمات من خلال التدريب المتواصل والرقابة الذاتية على الخدمات.

ثالثاً: تحقيق التنمية السياحية المستدامة (المتواصلة) من خلال:

- الإستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية.
- الإستفادة بالخبرات العالمية المتاحة.
- إحترام البيئة والموارد الطبيعية.

رابعاً: تعظيم الحركة السجحية إلى مصر من خلال:

- تكثيف جهود التنشيط والتسويق السياحى (الإشتراك فى المعارض والندوات والمهرجانات السياحية الدولية/ تنفيذ حملات تسويقية إعلانية).
- ترويج أنماط سياحية جديدة.
- تنويع وفتح أسواق سياحية جديدة.

- خامساً: الإهتمام بالبيئة كأحد العناصر الملحة في منظومة التنمية السياحية الشاملة من خلال:
- تضمن البعد البيئي في مشروعات التنمية السياحية.
 - تطوير دور القطاع الخاص السياحي للمشاركة في مسئولية إدارة وحماية للوارد البيئية.
 - تفعيل مشاركة القطاع السياحي الخاص في برامج التوعية البيئية الموجهة إلى كل من السائح والمواطن.

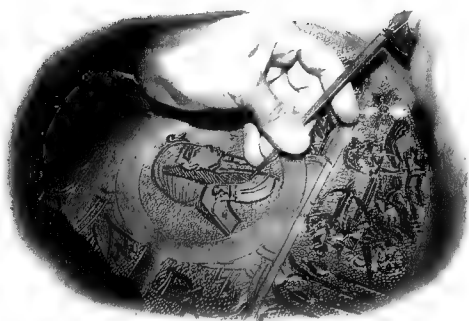
ويتم تحقيق تلك الأهداف الاستراتيجية من خلال وضع خطة زمنية تفصيلية لتنفيذ الأهداف الفرعية المشار إليها والتي تتضمن:

- الاحتياجات البشرية والإدارية.
- الاحتياجات الفنية.
- مصادر التمويل.

□ وتأتي المرحلة التالية التي تتضمن جميع الاحتياجات المطلوبة لتحقيق الأهداف الفرعية ومقارنتها بالإمكانات المتاحة والتي يتم على أساسها تحديد أولويات تنفيذ هذه الأهداف (الفرعية).

□ قيام مجموعات العمل المتخصصة المشكلة من مجلس إدارة الإتحاد في إطار الإستراتيجية التي تم إقرارها بوضع المقترحات والخطة الزمنية التفصيلية مع حصر الإحتياجات البشرية والتمويلية.... إلخ للتنفيذ.

وفي النهاية يجب عدم الخلط بين الأدوار والمهام للإتحاد والغرف إذ أن الدور الرئيسي للإتحاد هو وضع السياسات ومتابعة تنفيذها والتصدي للمشكلات العامة التي تخص صناعة السياحة ككل مع القيام بالتنسيق بين الغرف السياحية حيث يترك لكل غرفة مباشرة المهام المهنية والتخصصية وإتباع الإجراءات التنفيذية في إطار خطة العمل المتفق عليها.





٢- دور القطاع السياحي في الإقتصاد القومي





دور القطاع السياحي في الإقتصاد القومي

لقد ساد الاعتقاد لدى البعض أن الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في الإقتصاد المصري مازال محدوداً ، حيث يرجع هذا الى قصر التقدير على النظرة الضيقة للقطاع السياحي (قطاع الفنادق والمطاعم) ومن هنا فقد جاءت تقديراتهم لمساهمة القطاع السياحي لا تتعدى ٢٪ من الناتج المحلي الإجمالي، ١٪ في العمالة أى حوالى ١٥٠ ألف وظيفة، ٧٪ من حصيلة الضرائب المباشرة وغير المباشرة.

ويرى هؤلاء أن أهمية القطاع السياحي تتركز في مساهمته في حصيلة النقد الأجنبي إذ بلغت حصيلة القطاع السياحي من النقد الأجنبي حوالى ٣,٥ مليار دولار في عام ١٩٩٦ أى ما يوازى ٢٢٪ من حصيلة الصادرات السلعية والخدمات وهو ما يعادل ٣٥٪ من حصيلة الصادرات الخدمية.

إلا أن وجهة النظر هذه تركز على الأثر المباشر للقطاع السياحي وبالتالي فهي تقلل من الدور الذى يمكن أن يلعبه القطاع السياحي في التنمية الإقتصادية، إذ أن الدور الحيوى للقطاع السياحي يتمثل في الأثر غير المباشر أى اثر التنمية السياحية على القطاعات الأخرى وبالتالي لمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي والتوظيف والنقد الأجنبي وحصيلة الضرائب من خلال العلاقات الترابطية والتشابكية مع قطاعات أخرى وهو ما يعرف بأثر المضاعف إذ يرتبط ويتشابك القطاع السياحي مع العديد من القطاعات الأخرى مثل قطاع الصناعات الغذائية وقطاع البناء والتشييد وقطاع الأثاث والمفروشات وقطاع الصناعات الهندسية وقطاع النقل وجميع قطاعات البنية الأساسية وهو بهذا يؤدي إلى مساهمة غير مباشرة في كل من الناتج المحلي الإجمالي والعمالة والضرائب والنقد الأجنبي من خلال تأثير هذه القطاعات على الإقتصاد القومي ولهذا فهو يلعب دوراً حيوياً ومؤثراً في النشاط الإقتصادى من خلال خلق طلب على منتجات القطاعات التي يرتبط بها وبالتالي خلق وظائف إضافية والمساهمة في زيادة الحصيلة من كل من النقد الأجنبي والضرائب.

وقد أوضحت الدراسة بعض الدراسات التي أعدت في هذا المجال مثل الدراسة التي أعدها معهد التخطيط القومي "إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وإنعكاساتها على الإقتصاد القومي"، ديسمبر ١٩٩٨. والدراسة التي يعدها حالياً المركز المصري للدراسات الإقتصادية لصالح الإتحاد المصري للغرف السياحية ووزارة السياحة ووزارة الإقتصاد والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ووزارة التخطيط "أهمية السياحة وأثرها على الإقتصاد القومي في مصر" أن مضاعف القطاع السياحي يتراوح ما بين ١,٦٥ الى ٢,٢٥، أن مساهمة القطاع السياحي يمكن أن تزيد بما يتراوح ما بين ١٦٥٪ إلى ٢٦٥٪ إذا ما أخذ في الإعتبار الأثر غير المباشر.

وقد قدرت الدراسة الإقتصادية التي أعدها المركز المصرى للدراسات الإقتصادية الأثر المباشر والأثر غير المباشر للقطاع السياحي كما يلي:

بيان	الأثر المباشر	المضاعف	الأثر غير المباشر	الأثر الإجمالي
الناتج المحلي الإجمالي	٤,٣%	٢,٦٤%	٨%	١١,٣%
العمالة	٥,٧%	٢,٢%	٦,٩%	١٢,٦%
الضرائب	٧,٢%	٢,٦٤%	١١,٩%	١٩,١%

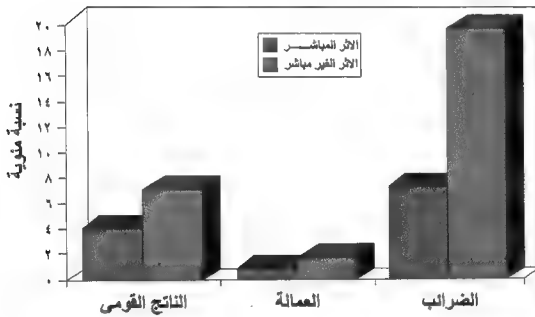
حيث يؤكد الجدول على أن الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في الإقتصاد القومي يفوق العديد من التقديرات والتي ركزت على الأثر المباشر فقط وأن الأثر غير المباشر للقطاع السياحي يفوق العديد من القطاعات الخدمية الأخرى بل ويفوق بعض القطاعات السلعية.

ومن ناحية أخرى فقد أكدت العديد من الدراسات أن مضاعف الإستثمار في القطاع السياحي يزيد عن ٢,٢ أى أن إحداث إستثمار بمليون دولار في قطاع السياحة يؤدي إلى زيادة الدخل (الناتج المحلي الإجمالي) بـ ٢,٢ مليون دولار وبالتالي خلق فرص إستثمارية جديدة وخلق وظائف جديدة تساهم في معدلات النمو الإقتصادي. هذا وقد أخذ مضاعف الإستثمار في الإرتفاع في ظل إنخفاض درجة اعتماد القطاع السياحي على مدخلات من الخارج أى إنخفاض نسبة التسرب من الإقتصاد القومي.

وفي النهاية نود أن نؤكد أن القطاع السياحي يساهم وبقدر فعال في إحداث تنمية شاملة في المناطق التي يتواجد فيها عوامل الجذب السياحي ومن الأمثلة الواضحة على ذلك الدور الذي لعبته في تنمية مدينة الأقصر ومنطقتي البحر الأحمر وخليج العقبة.



الآثار الاقتصادية للقطاع السياحي في مصر





٣- المشاكل التي تواجه القطاع السياحي وأساليب التصدي لها





المشاكل التي تواجه القطاع السياحي وأساليب التصدي لها

يواجه القطاع السياحي في مصر العديد من المشاكل التي يمكن أن تحد من نموه وتطوره والتي يجب معالجتها بالأسلوب العلمي السليم حتى يمكن القضاء عليها أو على الأقل تخفيف حدتها وإضعاف أثرها. ويمكن تلخيص هذه المشاكل في خمس مجموعات:

- مشاكل تتعلق بتقلب الإيرادات السياحية.
- مشاكل تتعلق بالتسويق والترويج السياحي.
- مشاكل تتعلق بجودة وتنوع الخدمة المقدمة.
- مشاكل تتعلق بالتسعير.
- مشاكل تتعلق بالنقل والإنتقال.

أولاً: مشاكل تتعلق بتقلب الإيرادات السياحية:

لقد واجه القطاع السياحي خلال الفترة الأخيرة مجموعة من الكبوات السياحية التي أثرت على تدفق السياح وبالتالي الإيرادات السياحية والتي تنحصر في أحداث الأمن المركزي ١٩٨٦ وحرب الخليج ١٩٩٠ / ١٩٩١ والارهاب ١٩٩٣ / ١٩٩٤ وحادثة الأقصر ١٩٩٧ وفي هذا الصدد نود أن نشير إلى أن الكبوات السياحية قد أخذت شكل دورة متكررة كل ثلاث أو أربع سنوات وأن سنة الكبوة السياحية تليها سنة رواج سياحي - ورغم ذلك فقد نمت القطاع السياحي بمعدلات نمو السياحة العالمية بالرغم من حدوث هذه الكبوات والمراقب لحركة السياحة في مصر يستطيع أن يتبين أن السياحة في مصر منذ أوائل الثمانيات قد مرت بدورة سياحية متكررة تتصف بنفس الخصائص وأن طول هذه الدورة يتراوح ما بين ثلاث وأربع سنوات تبدأ بكبوة سياحية يتبعها سنة رواج سياحي ثم سنة أو سنتين عادية، ففي الفترة من ١٩٨١ وحتى ١٩٩٨ تكررت هذه الدورة خمس مرات كما يلي:

الدورة الأولى ١٩٨٥-١٩٨١

سبتمبر ١٩٨١	- إغتيال السادات
١٩٨٢	- كبوة سياحية
١٩٨٣	- رواج سياحي
١٩٨٤	- سنة عادية
١٩٨٥	- سنة عادية

الدورة الثانية ١٩٨٦-١٩٨٩

مارس ١٩٨٦	- أحداث الأمن المركزي (كبوة سياحية)
١٩٨٧	- رواج سياحي
١٩٨٨	- سنة عادية
١٩٨٩	- سنة عادية

الدورة الثالثة ١٩٩٠-١٩٩٢

- أكتوبر ١٩٩٠	حرب الخليج
- ١٩٩١	كبوّة سياحية
- ١٩٩٢	رواج سياحي
- ١٩٩٣	كبوّة سياحية

الدورة الرابعة ١٩٩٢-١٩٩٦

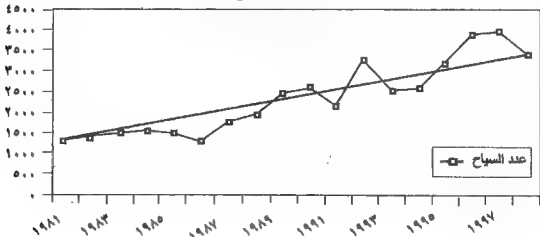
- أكتوبر ١٩٩٣	الإرهاب
- ١٩٩٤	كبوّة سياحية
- ١٩٩٥	رواج سياحي
- ١٩٩٦	سنة عادية

الدورة الخامسة ١٩٩٧-٢٠٠١

- نوفمبر ١٩٩٧	حادثة الأقصر
- ١٩٩٨	كبوّة سياحية
- ١٩٩٩	رواج سياحي
- ٢٠٠٠ (توقع)	سنة عادية
- ٢٠٠١ (توقع)	سنة عادية

وبالرغم من هذا فإن معدل النمو السنوي لأعداد السياح في مصر من خلال هذه الفترة (حوالي ٧٪) قد فاق معدل النمو السياحة العالمي (٥٪) خلال نفس الفترة - إذ أن الإنخفاض الحاد في أعداد السياح في سنة معينة قد تبعها زيادة كبيرة في السنة التالية أو السنتين التاليتين مما عوض هذا الإنخفاض - كما هو موضح في الرسم البياني إلا أن التقلبات في حد ذاتها تؤثر سلباً على التدفقات النقدية للمشروعات السياحية وتؤدي إلى عدم إستقرار القطاع السياحي، وتعرض المستثمرين لمخاطر تمويلية.

تطور القطاع الخاص السياحي في مصر
بالآلاف سائح





ولما كانت هذه التقلبات تمثل وضع حتمى وخاصة إتصف بها القطاع السياحى فى مصر فى السنوات الأخيرة، فإن الحل يتمثل فى إيجاد الأسلوب الأمثل لإمتصاص أثر هذه التقلبات من خلال:

- أن يراعى المستثمر هذا الوضع عند وضعه لخطة تمويل مشروعه.
- قيام البنوك بوضع نظام تمويلي يتواءم وإحتمالات حدوث مثل هذا التقلب.
- قيام الدولة بدعم القطاع السياحى فى فترات الكيوت السياحية وفى هذا الصدد نود أن نشير إلى الدور الإيجابى والفعال التى قامت به الحكومة فى سبيل إمتصاص أثر حادثة الأقصر والذى ترتب عليه نمو القطاع السياحى فى عام ١٩٩٨ وأسترجاع حوالى ٨٧,٥٪ من أعداد السياح التى زارت مصر فى عام ١٩٩٧، وإتجاه الحركة السياحية إلى النمو بمعدلات سريعة فى عام ١٩٩٩ .

ثانياً : مشاكل تتعلق بالتسويق والترويج السياحى :

من الحقائق البارزة التى يكاد يتفق عليها معظم العاملين فى قطاع السياحة أن السياحة فى مصر لم تنسوق بالقدر الذى يتناسب مع إمكانيتها إذ لم يتم تعريف العالم بالخصائص المميزة للسياحة فى مصر وما تتمتع به من تنوع وتكامل إذ يشتمل القطاع السياحى فى مصر على أنواع متعددة من السياحات مثل سياحة الآثار وسياحة الشواطئ وسياحة التسوق والسياحة الصحية وسياحة المؤتمرات وغيرها، وقد بذلت وزارة السياحة جهد كبير للترويج للسياحة فى مصر وقد إهتم وزير السياحة بهذا الموضوع بصفة خاصة ونجح فى جعل الغردقة وشرم الشيخ بل وخليج العقبة مقاصد سياحية معروفة فى معظم بلاد العالم.

وفى هذا الصدد يجب التفرقة بين ثلاث أنواع من الترويج:

□ ترويج على المستوى القومى حيث يقع عبئه على الدولة وأجهزتها وبصفة خاصة وزارة السياحة .

□ ترويج لمقصد معين أو منطقة معينة حيث يتم الترويج له بجهود مشتركة بين أجهزة الدولة أو أجهزة الحكم المحلى والمؤسسات والشركات السياحية .

□ الترويج لفندق أو برنامج معين أو شركة معينة حيث يقع عليها عبء شركات الإدارة وشركات التسويق ومنظمى الرحلات .

وتظهر أهمية النوعين الأول والثانى فى أوقات الأزمات والكيوت السياحية خاصة إذا كانت هذه الكيوت نتيجة لعمليات إرهابية الأمر الذى يثير التشكك فى قدرة مصر الأمنية ويعطى الفرصة للأجهزة الإعلامية فى البلاد الأجنبية إلى الإساءة إلى مصر والتشكك فى قدرتها الأمنية وهو ما حاولته بعض أجهزة الإعلام فى الدول الغربية (المصدر الرئيسى للسياحة فى مصر) عقب حادثة الأقصر حيث إتجه العديد من أجهزة الإعلام فى الدول الغربية إلى تهويل حادثة الأقصر وتصويرها إلى أنها ليست حادثة عارضة وإنه من المحتمل تكرارها.

ولهذا فإنه من الضروري أن تتصدى الحكومة بالتعاون مع الإتحاد المصرى للغرف السياحية إلى مثل هذه الدعاية المضللة من خلال التواجد الإعلامى وسرعة التحرك وتوضيح الحقائق وشرح أبعاد المواقف بشكل مباشر.

ولا يفوتنا فى هذا الصدد أن نشير الى التحرك الواعى لوزارة السياحة عقب حادثة الأقصر، ومواجهة الإعلام الغربى بالحقائق دون مراوغة أو تضليل مع التركيز على تخفيف حدة الهاجس الأمنى حيث أجرى العديد من اللقاءات والإجتماعات فى سبيل إمتصاص أثر الحادث وإقناع السياح الأوربيين بأن حادث الأقصر ما هو إلا حادث عارض. وقد نجحت هذه الحملة فى إقناع العديد من الأوربيين بالأمن والأمان فى مصر، والذي ظهرت نتائجه من خلال إستعادة الحركة الوافدة إلى ما يقرب من معدلاتها العادية وتقليص نسبة الإنحسار فيها شهراً بعد آخر، الأمر الذى أدى إلى إجتذاب ما يزيد عن ٣,٤٥ مليون سائح فى عام ١٩٩٨ وبإنخفاض لا يزيد عن ١٥٪ بالمقارنة بعام ٩٧. هذا وقد إتجه القطاع السياحى بأجهزته المختلفة وبدعم من وزارة السياحة، وتوفير مجموعة من الأدوات التى تعمل على الترويج له والمساهمة فى غده وإزدهاره أهمها:

- وضع إستراتيجية سليمة يتم على أساسها وضع خطة تسويقية متكاملة.
- الإستعانة بالشركات العالمية للإعلان والتسويق .
- حث شركات السياحة المصرية على القيام بقوافل تسويقية فى الأسواق المرتقبة .
- زيادة معدلات الإشتراك فى المعارض السياحية الدولية للتعريف بالسياحة المصرية وعوامل الجذب السياحى .
- جذب مجموعة هامة من مؤتمرات الإتحادات السياحية والإعلامية والدولية للإنعقاد فى مصر .
- تطوير أدوات التنشيط السياحى من خلال الإشتراك فى شبكات الإنترنت، وفتح مكاتب فى الخارج والإستعانة بالشركات العالمية للتسويق السياحى.
- الترويج للأفلام الوثائقية التى توضح مصادر الجذب للسياحة المصرية وتمتعها بالأمان الكافى، أخذاً فى الإعتبار توقعات السياحة العالمية ونصيب مصر فيها .
- هذا ويتطلب تنفيذ هذه الأدوات توفير مورد مالى مستقيم يمكن من تمويل هذه الأعمال التنشيطية .

ثالثاً : مشاكل تتعلق بجودة وتنوع الخدمة المقدمة :

مما لا شك فيه أن توفر العوامل الطبيعية يعتبر عنصراً هاماً وضرورياً لنمو وإزدهار السياحة فى أى بلد. إلا إنه عنصر غير كاف لإستمرار هذا النمو والإزدهار إذ لا بد وأن يتم دعم العوامل الطبيعية الجاذبة للسياحة بعوامل من صنع الإنسان تتمثل فى تقديم خدمة جيدة بجودة عالية وبقدر عال من التنوع لمواجهة الأذواق المتباينة للجنسيات المختلفة للسياح.

ومن ثم فإن تمتع مصر بعوامل الجذب الطبيعية ليس كافياً لإستمرار المعدلات المرتفعة للنمو السياحى إذ لا بد من الإهتمام بجودة الخدمات المقدمة وتعددتها . وقد واجه القطاع السياحى فى



مصر مشكلة إنخفاض مستوى الخدمة المقدمة من العديد من المنشآت السياحية نتيجة لغياب الخبرة والإفتقار إلى الكفاءة الإدارية ونقص مهارات العاملين في هذه المنشآت ، حيث يرجع هذا إلى دخول العديد من المستثمرين الذين لا يتمتعون بخلفية سياحية إلى هذا القطاع ودون الإستعانة بالمختصين في المجال السياحي، الأمر الذي ترتب عليه تقديم خدمة هزيلة بأسعار زهيدة، وبالتالي حدوث إختلال وفوضى وإختلط الأمر على السائح سواء أجنبياً أو محلياً في ظل وجود فروق كبيرة وغير مقنعة سواء بين أنواع الخدمات المقدمة أو الأسعار المعروضة، وقد ساعد على هذا تطور الطاقة الفندقية بمعدلات تفوق معدلات نمو التدريب وبالتالي عدم توافر عمالة مدربة إلا أنه سوف يتم التغلب على هذا الوضع في ظل إرتفاع معدلات نمو للقطاع السياحي والمساهمة في توفير عمالة مدربة.

والوضع القائم حالياً في القطاع السياحي المصري هو وجود عدد لا بأس به من المنشآت السياحية تقدم خدمات جيدة وبأسلوب عصري وعلمي، إلا أنه في المقابل يوجد منشآت سياحية أخرى تقدم خدمات بمستوى منخفض، الأمر الذي أساء إلى القطاع ككل حيث إتجه العديد من المراقبين الدوليين إلى وصف السياحة في مصر على أنها تقدم خدمات منخفضة الجودة ويقدر محدود من التنوع.

ولعل الأسباب الحقيقية التي أدت إلى إنخفاض مستوى الخدمات السياحية المقدمة يرجع في المقام الأول إلى ثلاث عوامل رئيسية:

- سهولة الدخول في السوق السياحي سواء كانت منشآت فندقية أو توكيلات سياحية. إذ أن القيود المحددة لدخول النشاط السياحي سواء كانت قانونية أو إقتصادية ليست مانعة للمنشآت السياحية غير المؤهلة لدخول هذا النشاط إذ أن رؤوس الأموال اللازمة للنشاط السياحي في متناول العديد من المستثمرين ، ومن ناحية أخرى فإن المتطلبات القانونية والإجرائية يمكن توفيرها بسهولة وهذا الوضع ينطبق على جميع دول العالم، وأن الوقت كفيل بمعالجته إذ أن محصلة الأسواق المفتوحة هو البقاء للأصلح.
- قصور مراكز التدريب الموجودة وعدم كفاءة التدريب في المنشآت السياحية على توفير الكفاءات المطلوبة بالقدر الذي يتواءم مع نوع الخدمة المطلوب تقديمها . ولعل أحد الأسباب الرئيسية لعدم دعم التدريب والإنفاق عليه هو حدوث تقلبات في الإيرادات السياحية مما يدفع بعض الفنادق إلى تقليل الإعتماد على العمالة الدائمة والإلتجاء إلى إستخدام عمالة مؤقتة غير مدربة التدريب الكافي.
- إنخفاض المستوى الإجتماعي والوعي الثقافي للعاملين في قطاع الفنادق الأمر الذي يؤثر في سلوكهم وعدم تفهمهم لطبيعة السائح متلقى للخدمة وأسلوب التعامل معه حيث يظهر هذا جلياً في الأنشطة المتعلقة بالنظافة وتقديم الطعام إلى غير ذلك من الأنشطة التي ترتبط بالخلفية الإجتماعية والثقافية.

ولهذا فإنه من الضروري في سبيل رفع مستوى الخدمة المقدمة إلى السياح مراعاة الآتي :

- وضع أنظمة مقيدة ومحددة للشركات التي تمارس النشاط السياحي في سبيل منع المنشآت غير المؤهلة سياحياً من دخول السوق السياحي وبالتالي ضمان تقديم خدمة جيدة مرتفعة المستوى. ولا يفوتنا في هذا الصدد أن نشير إلى الجهد الكبير الذي بذلته وزارة السياحة بالتعاون مع الإتحاد والغرف السياحية في السنوات الأخيرة في وضع الإطار العام الذي يحكم أعمال الشركات السياحية ووضع الضوابط اللازمة لضمان تقديم خدمة جيدة.

- الإهتمام بالتدريب ودعمه نظرياً وعملياً وبحيث يتم بشكل منتظم ومتكرر بما يضمن رفع مستوى العنصر البشري . حيث يتناول التدريب جميع الجوانب سواء كانت فنية أو إجتماعية أو ثقافية بل ونفسية وذلك من خلال مراكز متخصصة مع الإستعانة بكفاءات عالية في هذا المجال سواء كانت كفاءات أجنبية أو محلية وبحيث لا يتم تعيين الموظفين والعمال في الوظائف المختلفة إلا بعد اجتياز الدورة المؤهلة للموظيفة.

وقد قام الإتحاد بإعداد برنامج توصيف مستوى المهارات في سبيل تنفيذ المعايير الدولية للوظائف السياحية .

- تطوير وتوصيف المواصفات القياسية للمنشآت السياحية ومراعاتها للمعايير الدولية المعتمدة. وقد اهتمت وزارة السياحة بهذا الإطار في سبيل الإرتقاء بالجودة السياحية.

- التنسيق مع الصندوق الإجتماعي لعمل مستويات المهارة ومعدلات الأداء لعدد ٢٠ مهنة سياحية بحيث يمكن مستقبلاً أن لا يتم التعيين في أى وظيفة سياحية إلا بعد الحصول على الشهادة من إحدى الجهات المعتمدة من الإتحاد بالنجاح في تحقيق معدلات الأداء المطلوبة ، لهذا تم التكليف فعلاً لأحد بيوت الخبرة الإنجليزية بهذه المهمة بتمويل من الصندوق الإجتماعي للتنمية ، ومن ناحية أخرى يقوم حالياً الإتحاد بتطوير الجهاز الفني للإتحاد في سبيل رفع كفاءته وبحيث يصبح قادراً على التعامل مع هذه البرامج .

رابعاً : مشاكل تتعلق بالتسعير :

لقد أثير جدل حول سياسة تسعير المنتج السياحي في مصر ففي حين يرى بعض المراقبين والعاملين في القطاع السياحي أن الأسعار السياحية في مصر متدنية ونسباً إلى مصر كنولة سياحية رائدة ، يرى فريق آخر أن الأسعار السياحية تعكس مستوى الخدمة المقدمة وأن رفع الأسعار السياحية سوف يؤدي إلى إنخفاض معدلات الإشغال بقدر كبير. وأياً كانت وجهات النظر فقد اتفق معظم المراقبين على أن القطاع السياحي في مصر يواجه مشكلة الفوضى السعرية أي عدم وجود أساس سليم للتسعير ومن ثم وجود إختلالات سعرية حادة تتمثل في إنحراف أسعار العديد من المنشآت السياحية والفنادق عن متوسط السعر بقدر يصل في كثير من الأحيان إلى النصف أو الضعف وهو ما يشير إلى أن السعر الذي يتم التعامل به لا يعكس السعر التوازني أي السعر الذي يلتقى عنده العرض السياحي والطلب السياحي ، ولعله من المفيد أن نشير هنا إلى وجهتي النظر فيما يتعلق بالسياسة السعرية .



وجهة النظر الأولى :

يرى فريق من المراقبين والعاملين في قطاع السياحة أن أسعار الخدمات السياحية في مصر متدنية وأقل من السعر التوازني بل وأقل بكثير من البلاد المنافسة والتي تقدم نفس الخدمة السياحية ولا تتوفر لها المزايا الطبيعية وعوامل الجذب التي تتوفر في السياحة في مصر حيث يرجع هذا إلى قيام عدد محدود من منظمي الرحلات TOUR OPERATORS بالسيطرة على السوق السياحي في مصر وإتباع سياسة الإغراق وبيع الخدمات السياحية بأسعار متدنية وقد قبلت بعض الشركات السياحية المحلية غير المؤهلة التعامل مع هذا العدد من منظمي الرحلات حيث قبلت هذه الأسعار المتدنية وقد كان من نتيجة ذلك إعتبار مصر منطقة سياحية رخيصة وبالتالي تركزت السياحة في السياح من الطبقات المتوسطة وما دونها ، وهي طبقات ذات إنفاق محدود، إذ فضلاً عن ضياع جزء كبير من الإيرادات السياحية نتيجة لخفض الأسعار، فإن تقديم برامج منخفضة الأسعار لجذب الطبقات محدودة الدخل والتي تنخفض قدرتها على الإنفاق يؤدي إلى انخفاض الإيرادات السياحية . وقد كان من الطبيعي أن يؤدي هذا إلى أمرين :

- انخفاض حجم الإنفاق السياحي بالقياس إلى ما كان يمكن أن يتحقق، وبالتالي ضياع موارد مالية كان يمكن أن تتحقق للدولة.
 - صعوبة رفع الأسعار لما أشيع عن مصر إنها بلد سياحي رخيص وبالتالي رفض السياح دفع أسعار أعلى نظراً لإعتقادهم أن السعر المنخفض هو السعر التوازني أو الحقيقي للخدمة المقدمة، وبالتالي استمرار هذا الوضع المتدني .
- ويرى هؤلاء المراقبين أنه لا بد من وقفة حاسمة مع هذا الوضع ورفع السعر المتدهور والمتدني من خلال تضام جهود وزارة السياحة مع الإتحاد المصري للغرف السياحية وبالتنسيق مع الشركات العاملة في القطاع السياحي .

وجهة النظر الثانية :

يرى هؤلاء أن أسعار الخدمات السياحية السائدة تتناسب مع نوعية وجودة الخدمات المقدمة وأن هذه الأسعار ليست متدنية بل إنها تميل إلى الإرتفاع إذا ما أخذ في الإعتبار تكلفة النقل على أساس أن معظم المناطق المنافسة قريبة من مصادر الطلب السياحي حيث تنخفض تكلفة النقل .

ويرى هذا الفريق من المراقبين أن رفع السعر سوف يترتب عليه إنخفاض حاد في معدلات الإشغال وبالتالي إنخفاض الإيرادات السياحية. وإن العبارة ليس بسعر الغرفة وهامش الربحية عن الوحدة وإنما العبارة بالإيراد الكلي وإجمالي الربح المتحقق عن النشاط وأن عدم رفع الأسعار سوف يحقق معدلات إشغال صحية تمكن القطاع السياحي من تحقيق إيرادات عالية من ناحية والترويج في مصر من ناحية أخرى إذ أن أفضل أسلوب للترويج للسياحة هو السائح نفسه والذي قام بزيارة المنطقة واقتنع بها، في حين أن رفع السعر سوف يؤدي إلى إنخفاض الإيرادات نتيجة للإنخفاض الحاد في معدلات الإشغال إذ أن الطلب السياحي طلب مرن أي أن السعر يؤدي إلى إنخفاض الطلب بنسبة أكبر وبالتالي إنخفاض الإيرادات السياحية.

وفى هذا الصدد فإن الأسعار سوف تأخذ فى الارتفاع فى ظل زيادة الطلب وارتفاع معدلات الإشغال حيث يتحقق بهذا شكل تلقائى نتيجة لقوى العرض والطلب وهو الوضع الذى حدث فعاداً فى الغردقة فى الشهور الأخيرة حيث إرتفعت الأسعار ٢٠٪.

من العرض السابق يتضح أن وجهتى النظر المطروحتين تستندان على إجتهاادات شخصية دون وجود الدليل القاطع الذى يستند على أساس علمى ولهذا فقد أهتم الإتحاد بدراسة ظاهرة التسعير وأسعار الخدمات السياحية وقام بمناقشة هذه الظاهرة مع المتخصصين والعاملين فى قطاع السياحة من خلال إجراء ندوات للتعرف على أبعاد المشكلة ومحاولة إيجاد الحلول الملائمة.

ولعل البداية فى هذا الصدد هى محاولة قياس مرونة الطلب السعرية أى قياس أثر السعر على الطلب السياحى ومعدلات الإشغال وبحيث يمكن إتخاذ القرار السليم بشأن التسعير فإذا تبين أن الطلب عالى المرونة يصبح من الخطأ رفع السعر والذى يعنى أن السعر الحالى ليس سعراً متدنياً بل يعكس القيمة الحقيقية للخدمة المقدمة. أما إذا كان الطلب منخفض المرونة أو متكافئ المرونة فإن رفع السعر يعتبر قراراً سليماً وهو ما يشير إلى وجود إنغراق سعري، ويجب هنا قياس أثر السعر على الإيرادات السياحية المباشرة (الإيراد المتحقق عن بيع الخدمة السياحية) وغير المباشر (الإيرادات المرتبطة بالخدمة السياحية).

هذا وقد أهتم الإتحاد بهذا الموضوع وجارى الإتصال ببيوت الخبرة الأجنبية والمحلية المتخصصة فى هذا المجال .

خامساً : مشاكل تتعلق بالنقل والانتقال :

أن توفير وسائل النقل الملائمة وبالكفاءة المطلوبة من العوامل الهامة التى تعمل على تحفيز السياحة الأجنبية والسياحة المحلية، ومن ثم فإن عدم تنمية قطاعى البنية الأساسية والنقل يمثل عقبة فى سبيل إحداث تنمية سياحية متواصلة إن مشكلة النقل والانتقال فى مصر تتضمن كل من النقل الجوى والنقل البرى .

مشاكل تتعلق بالنقل الجوى :

تعتمد السياحة الأجنبية بصفة أساسية على رحلات الشارتر (الرحلات العارضة) أكثر منها على الطيران المنتظم خاصة فى المناطق السياحية مثل الغردقة وشرم الشيخ ومما لا شك فيه أن تشجيع رحلات الشارتر ساهم بقدر كبير فى دعم الحركة السياحية وذلك لإنخفاض تكلفة إنتقال الفرد على الشارتر والتى يمكن أن تصل إلى أكثر من نصف تذكرة الطيران العادية لنفس المسافة. ولما كانت تكلفة النقل تمثل أحد عناصر التكلفة الرئيسية للسائح الأجنبى القادم إلى مصر، فإن خفض هذه التكلفة سوف يساهم بقدر فعال فى خفض تكلفة الرحلة ككل. وبهذا يجب تشجيع رحلات الشارتر وتوفير الخدمات لها ولعل أحد المشاكل التى تواجه الشارتر هو حظر هبوطها فى بعض المطارات نتيجة لتكدس الطائرات ووجود إختناقات فى حركة المطارات إذ أن معظم المطارات تعاني من عدم توافر مواقف للطائرات وهو



ما يدفع المسؤولين عن الطيران المدني إلى الاعتذار عن إستقبال مزيد من الطائرات السياحية . أن طاقة مطار القاهرة والمطارات السياحية الأربعة (الغردقة وشرم الشيخ والأقصر وأسوان) أصبحت غير قادرة على إستيعاب جميع الطائرات التى تهبط فيها، الأمر الذى يؤدى إلى تأخر الراكب فى مغادرة المطار مما يؤثر على سمعة مصر السياحية ولهذا فإنه من الضروري رفع كفاءة هذه المطارات وإنشاء مطارات جديدة فى المناطق السياحية الواعدة من خلال إتباع نظام BOT. وهو الأسلوب الذى إتبعته وزارة السياحة بالإشتراك مع وزارة النقل مؤخراً.

مشاكل النقل البرى :

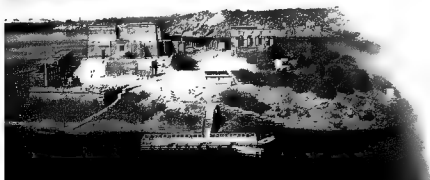
تعانى معظم الطرق بين المدن فى مصر من الضيق وتكدس المركبات عليها حيث يؤدى هذا إلى إطالة فترة الرحلة على الطريق البرى من ناحية والتعرض للحوادث من ناحية أخرى الأمر الذى يقلل من مستوى خدمة النقل السياحى فضلاً عن التعرض إلى حوادث ولهذا فإن تحسين مستوى الطرق المؤدية إلى المناطق السياحية وتوفير الخدمات يعتبر عاملاً هاماً فى دعم القطاع السياحى وتطوره وبدون شك أن تحسين مستوى الطرق وتوسيعها يمثل تكلفة عالية والتي يمكن تخفيض حداثها من خلال وضع رسوم مرور للمساهمة فى هذه التكلفة وضمان صيانة الطرق ولعل نجاح تجربة رسوم الطريق على الطرق الصحراوية فى مصر أحد العوامل المشجعة لتعميم التجربة على الطرق المؤدية إلى المناطق السياحية، ويمكن فى هذا الصدد إتباع نظام BOT.

كما أن جدية الفحص السنوى للسيارات وتخفيض الجمارك لتحسين الحالة العامة للمركبات والسيارات المتواجدة بالطرق يمكن أن تلعب دوراً مؤثراً فى تخفيض عدد حوادث الطرق وتقديم خدمة جيدة للسائح.

وتقوم حالياً غرفة الشركات السياحية بإعداد دراسة على اعلى مستوى لتحليل حوادث الطرق وأسبابها وكيفية تلافيها حيث تتفاوض مع بيت خبرة مصرى - أمريكى على عمل دورات تدريبية لسانقى الأتوبيسات السياحية تشتمل على الأسلوب السليم للقيادة وكيفية التعامل مع الطوارئ والحوادث المفاجئة سواء على المستوى الفنى أو مستوى الإسعاف الأولى.



٤- معدلات تطور القطاع السياحي





معدلات تطور القطاع السياحي:

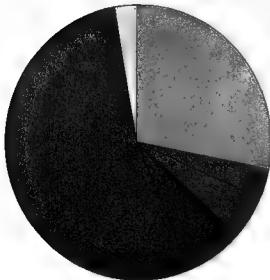
بالرغم من حادثة الأقصر والتوقعات بأنها ستؤدي إلى انخفاض أعداد السياح بقدر كبير ومؤثر، فإن أعداد السياح في عام ١٩٩٨ انخفضت بقدر ضئيل بالمقارنة بأعداد السياح في عام ١٩٩٧ إذ انخفض أعداد السياح من ٣٩٦١ ألف سائح في عام ١٩٩٧ إلى ٣٤٥٤ ألف سائح في عام ١٩٩٨ بمعدل انخفاض لم يتجاوز ١٢,٨٪ وهو بدون شك إنجاز كبير يعكس الجهد الكبير الذي بذلته وزارة السياحة بالتعاون مع الإتحاد والعاملين في قطاع السياحة، ولعل الانخفاض الكبير حدث في أعداد الليالي السياحية والتي انخفضت من أكثر ٢٦,٥ مليون ليلة سياحية في عام ١٩٩٧ إلى حوالي ٢٠,١ مليون ليلة سياحية في عام ١٩٩٨ بمعدل انخفاض ٢٤٪ الأمر الذي أدى إلى انخفاض متوسط عدد الليالي السياحية من ٦,٧ ليلة في عام ١٩٩٧ إلى ٥,٨ ليلة في عام ١٩٩٨ .

أما الإيرادات السياحية فقد انخفضت من ١٤٣٧,١٠ مليون دولار في العام المالي ١٩٩٨/٩٧ إلى ١٢٩١,٤٤١ مليون دولار في العام المالي ١٩٩٩/٩٨ بمعدل لم يتجاوز ١٠٪.

ويجب أن ننوه هنا إلى أن التسعير بالدولار في ظل انخفاض اليورو مقابل الدولار يؤدي إلى ارتفاع أسعار الخدمة السياحية للسياح الأوروبيين والذين يمثلون الغالبية العظمى من السياح الزائرين لمصر، كما أن عدم تحرك سعر الصرف يؤثر سلباً على القطاع السياحي على أساس إنه قطاع تصديري .

هذا وقد احتلت أوروبا الغربية المقدمة بنسبة تتجاوز ٥١٪ من أعداد السياح القادمين (١٩٩٨) وأن كانت قد انخفضت بالقياس إلى عام ١٩٩٧ والتي قدرت بحوالي ٥٥٪ من أعداد السياح القادمين. ونوضح في الجدول التالي توزيع كل من أعداد السياح والليالي السياحية وفقاً لجنسياتهم في عام ١٩٩٨ بالمقارنة ١٩٩٧ .

أعداد السياح والليالي السياحية وفقاً لتوزيعها بالجنسيات



الشرق الأوسط	٢٨,٥٠
أفريقيا	٣٢,٨٠
أمريكا الشمالية	٥,٣٠
أمريكا اللاتينية	١٠,٥٠
أوروبا الشرقية	٥,٤٠
أوروبا الغربية	٥١,٢٠
آسيا الغربية و القاسميفك	٢٠,١٠
جنوب آسيا	٢,٦٠
أخرى	٠,٥٠



أعداد السياح الأجانب
وفقاً لجنسياتهم في عام ١٩٩٨ بالمقارنة بعام ١٩٩٧

الجنسية	عام ١٩٩٨		عام ١٩٩٧	
	العدد	%	العدد	%
الشرق الأوسط	٩٨٥٩٤٧	٢٨,٥	٨٩٣٣٥١	٢٢,٦
أفريقية	١٣٠٦٧١	٣,٨	١٢٠١٤٥	٣,١
أمريكا الشمالية	١٨١٨٣٠	٥,٣	٢٠٦٥٦٦	٥,٢
أمريكا اللاتينية	٣٥٥٧٣	١,٠٥	٥٠١٠٢	١,٣
أوروبا الشرقية	١٨٧٨١٢	٥,٤	١٩١٩٢٤	٤,٨
أوروبا الغربية والجنوبية	١٧٦٩٠٢١	٥١,٢	٢٢٠٢٤٩٠	٥٥,٦
شرق آسيا والباسيفيك	٧١٣٥٧	٢,١	١٦٧٣٤٤	٤,٢
جنوب آسيا	٨٩٦٧١	٢,٦	٩٢٩٧٤	٢,٣
آخرون	١٩٨٤	٠,٠٥	٣٦٥٢٠	٠,٩
الجملة	٣٤٥٣٨٦٦	١٠٠	٣٩٦١٤١٦	١٠٠

التيالي السياحية للأجانب
وفقاً لجنسياتهم في عام ١٩٩٨ بالمقارنة بعام ١٩٩٧

الجنسية	عام ١٩٩٨		عام ١٩٩٧	
	العدد	%	العدد	%
الشرق الأوسط	٥٤١٢١٦٤	٢٦,٨٢	٥٦٤٥٩١٥	٢١,٢
أفريقية	٨٤٤٨١٩	٤,٢	٨٦٨٢٠١	٣,٢
أمريكا الشمالية	١١٣٢١٥٨	٥,٦	١٤٣٧٤٢٨	٥,٤٢
أمريكا اللاتينية	١٦٥٠٨٠	٠,٨	٢٥٦١٩٥	١,٠
أوروبا الشرقية	٩٦٣٠٣٥	٤,٨	٩٧٦٠٧٢	٣,٧
أوروبا الغربية والجنوبية	١٠٧٦٩٩٦٦	٥٣,٥	١٥٨٥١١٨٧	٥٩,٦
شرق آسيا والباسيفيك	٣٧٧٠٣٦	١,٩	٩٤٩٤٧٩	٣,٦
جنوب آسيا	٤٧٢٩٣٠	٢,٣	٥٧٤١٣٩	٢,٢
آخرون	١٦٣٣٢	٠,٠٨	٢٠٢١٤	٠,٠٨
الجملة	٢٠١٥٠٥٢٠	١٠٠	٢٦٥٧٨٨٣٠	١٠٠



مع ملاحظة أن الدول الأوربية الأربعة الرائدة وهي إيطاليا وألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة
مازالت تحتل المراكز الأربع الأولى (١٩٩٨) كما هو موضح في الجدول التالي:

الجنسية	أعداد السياح (١٩٩٨)	النسبة المئوية
ألمانيا	٢٧٣٨٣٨	٧,٩%
إيطاليا	٣٧٣٠٦٧	١٠,٨%
فرنسا	١٧٥٢٧٩	٥,١%
المملكة المتحدة	٢٣٩٩٠٢	٦,٩%
إجمالي الأربع دول	١٠٦٢٠٨٦	٣٠,٧%
إجمالي السياح	٣٤٥٣٨٦٦	

و الجدير بالذكر أن القادمون بالجو يمثلون القدر الأكبر من السياح القادمين إذ يمثلون حوالي
٦٦% عام ١٩٩٨ بالمقارنة بـ ٦٩,٣% في عام ١٩٩٧ كما هو موضح في الجدول التالي:

أعداد السياح وفقاً لطريقة الوصول في عام ١٩٩٨ بالمقارنة بعام ١٩٩٧

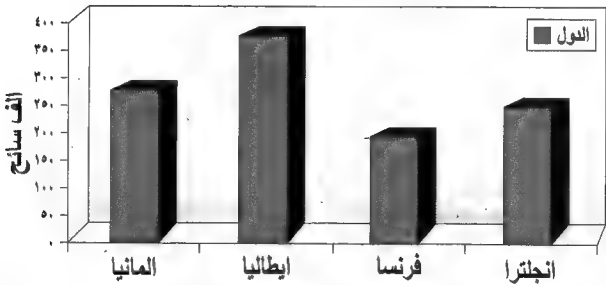
الجنسية	عام ١٩٩٨		عام ١٩٩٧	
	العدد	%	العدد	%
جواً	٢٢٨٠٨١٦	٦٦	٢٧٤٤٥٧٥	٦٩,٣
بحراً	٣٨٤٨٢٧	١١,٢	٤٧٨٣٨٣	١٢,١
بـ	٧٨٨٢٢٣	٢٢,٨	٧٣٨٤٥٨	١٨,٦
الجملة	٣٤٥٣٨٦٦	١٠٠	٣٩٦١٤١٦	١٠٠

مع ملاحظة أن الوصول عن البحر والبر يقتصر على الدول العربية المجاورة .

أعداد السياح
وفقاً لوسيلة الوصول



الدول المراتدة
للسياحة في مصر





لعل أحد الظواهر الإيجابية هو التزايد الكبير الذى حدث فى إعداد السائحين فى عام ١٩٩٩ إذ تجاوز أعداد السائحين رقم المليونين سائح خلال الست شهور الأولى من ١٩٩٩ بمعدل زيادة بلغ حوالى ٦١٪ كما قاربت أعداد الليالى السياحية الثلاثة عشر مليون ليلة سياحية بنسبة زيادة بلغت ٧٥٪ بالمقارنة بعام ١٩٩٨ عن نفس الفترة.

وبنهاية العام المالى ١٩٩٩/٩٨ بلغ أعداد السائحين حوالى ٤,٣ مليون سائح بنسبة زيادة عن عام ١٩٩٨/٩٧ تزيد عن ٢٥٪ كما بلغت الليالى السياحية حوالى ٢٥,٧ مليون ليلة سياحية.

ويوضح الجدول التالى الحركة السياحية الوافدة والليالى السياحية المحققة فى الفترة من يناير- يونيو ١٩٩٩ بالمقارنة بنفس الفترة فى السنوات من ١٩٩٢ إلى ١٩٩٨:

**معدلات الزيادة فى أعداد السياح
والليالى السياحية خلال الفترة يناير-يونيو سنة ١٩٩٩**

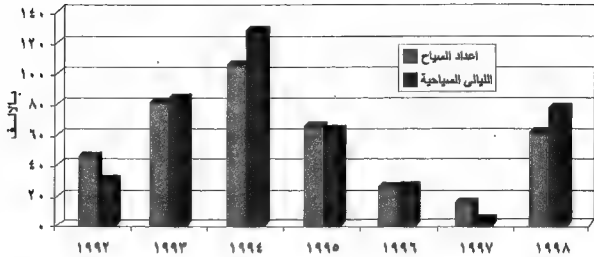
الفترة من يناير - يونيو	أعداد السائحين الوافدين %	الليالى السياحية %
١٩٩٢	٤٤,٩	٣٠,٣
١٩٩٣	٧٩,٧	٨٢,٤
١٩٩٤	١٠٥,٢	١٢٧,٣
١٩٩٥	٦٥,٧	٦٢,٩
١٩٩٦	٢٥,٥	٢٥,٨
١٩٩٧	١٢,٩	٣,٤
١٩٩٨	٦٠,٦	٧٤,٩

× أعداد السياح الوافدين فى الست شهور الأولى من عام ١٩٩٩ ٢,١٥ مليون سائح

× الليالى السياحية فى الست شهور الأولى من عام ١٩٩٩ ١٢,٩ مليون ليلة

يشير الجدول السابق إلى ظاهرة إيجابية واضحة مضمونها أن حركة السياحة خلال الست شهور الأولى من عام ١٩٩٩ قد فاقَت السنوات السابقة وهو ما يؤكد على نمو السياحة فى مصر وإسترداد مكانتها ومحو أثر حادثة الأقصر .

معدلات الزيادة في أعداد السياح والليالي السياحية



وقد لحقت الزيادة جميع المجموعات الرئيسية كما لحقت الزيادة جميع الجنسيات بدون استثناء وبلغت الزيادة أقصاها في سائحى الدول الشرقية وكانت نسبتها ٦١,٤% ثم سائحى أوروبا الغربية ٦٣,٩% وبلغت الزيادة أدناها فى السائحين العرب وكانت نسبتها ٦,١% وذلك وفقاً للتفصيل الآتى:

أولاً : أعداد السائحين :

لقد بلغ أعداد السائحين خلال النصف الأول من عام ١٩٩٩ حوالى ٢,١٥ مليون سائح زيادة قدرها ٦٠,٦% عن نفس الفترة من عام ١٩٩٨ :

ويمثل سائحو أوروبا الغربية	(١,١٣٤ الف سائح)	٥٢,٧% من إجمالى عدد السائحين
ويمثل السائحون العرب	(٤٣٧ الف سائح)	٢٠,٣% من إجمالى عدد السائحين
ويمثل سائحو آسيا	(٢٧١ الف سائح)	١٢,٦% من إجمالى عدد السائحين
ويمثل السائحون أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة الأمريكية+كندا)	(١٠٨ الف سائح)	٥% من إجمالى عدد السائحين
ويمثل سائحو الكتلة الشرقية (دول أوروبا الشرقية+ جمهوريات الكومنولث الروسى+الصين الشعبية)	(١٣٩ الف سائح)	٦,٥% من إجمالى عدد السائحين



وتمثل الجنسيات المتبقية:

أفريقيا	٢٣ ألف سائح
أمريكا الشمالية	٢٠ ألف سائح
أستراليا	١٨ ألف سائح
آخرون	٩ آلاف سائح
إجمالي عام	٢١٥٢ ألف سائح ١٠٠٪

وقد إستمرت الدول الأوروبية الأربع الرائدة وهي إيطاليا والمملكة المتحدة والمانيا وفرنسا إحتلالها المراكز الأربعة الأولى في عام ١٩٩٩ وذلك على التفصيل التالي:

إيطاليا	٣١٤ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ١٢٣,٣٪
ألمانيا	٢٣٩ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ١٧٥,٩٪
فرنسا	١٦٢ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ١٣٥٪
المملكة المتحدة	١٥١ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ٦٦,١٪

وبالنسبة للدول العربية فقد إحتلت المملكة العربية السعودية وفلسطين وليبيا والأردن المراكز الأربعة الأولى على التفاصيل التالي :

المملكة العربية السعودية	٨٧ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ٧,٩٪
فلسطين	٧٦ ألف سائح	بنقص بلغت نسبتها -١,٧٪
ليبيا	٦٨ ألف سائح	بنقص بلغت نسبتها -١٠,١٪
الأردن	٣٦ ألف سائح	بزيادة بلغت نسبتها ١٠,٢٪

ثانياً: الليالي السياحية

بلغت الليالي السياحية ١٢٩٤٠ ألف ليلة سياحية في الست شهور الأولى من عام ١٩٩٩ بزيادة بلغت نسبتها ٧٤,٩٪ بالمقارنة بنفس الفترة من عام ١٩٩٨ وقد لحقت الزيادة بليالي المجموعات الرئيسية وبلغت الزيادة أقصاها في ليالي سائحى القارة الأوروبية بنسبة ١٢٠,٨٪ ثم في ليالي سائحى آسيا وبلغت نسبتها ٢٥,٩٪ ثم في سائحى الولايات المتحدة الأمريكية وبلغت نسبتها ٢١,٩٪ وقد لحق النقص فقط في ليالي السائحين العرب وبلغ نسبته ١٠,١٥٪.

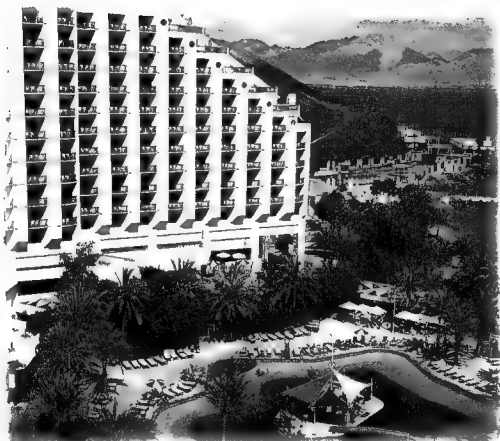
وفى إطار دول أوروبا الغربية جاءت لىالى سائحي الدول الأربع الرائدة على النحو التالى:

إيطاليا	٢٤٠٠ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ١٣٦,٢٪
ألمانيا	٢٠٢٣ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ٢١٩,٦٪ وذلك بالمقارنة بالفترة
فرنسا	١٣٣٣ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ١٧٥,٧٪ المماثلة من عام ٩٧
المملكة المتحدة	٧٩٦ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ٦٤,٥٪

وبالنسبة للدول العربية فقد إحتلت لىالى سائحي السعودية والسودان وفلسطين والأردن المراكز الأربعة الأولى على التفصيل التالى:

المملكة السعودية	٤٩٣ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ١٣,١٪
فلسطين	١٧٧ ألف ليلة سياحية بزيادة بلغت نسبتها ٣٤,٧٪ وذلك بالمقارنة ذات
ليبيا	١٦٦ ألف ليلة سياحية بنقص بلغت نسبتها ١٠,٦٪ الفترة من عام ١٩٩٧
الأردن	١٦٥ ألف ليلة سياحي بنقص بلغت نسبتها ١,٠٪

وجدير بالذكر أن نسبة أعداد السياح القادمين لمصر إلى عدد سياح العالم بلغت ٠,٥٥٪ فى عام ١٩٩٨ بعد أن كانت ٠,٦٥٪ فى عام ١٩٩٧، إلا أنها من المتوقع أن ترتفع مرة أخرى فى عام ١٩٩٩ لتفوق ٠,٦٥٪.





٥- الطاقات الإيوائية





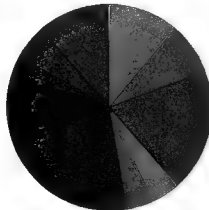
الطاقات الإيوائية

بلغت الطاقة الفندقية الإجمالية فى نهاية عام ١٩٩٨ حوالى ٨٣ ألف غرفة ومن المتوقع إضافة ٧٧١٨ غرفة جديدة خلال عام ١٩٩٩ بتكلفة تزيد على ١,٥ مليار جنيه وبزيادة قدرها ٩,٣ ونوضح فى الجدول التالى التوزيع النسبى للوحدات والغرف القائمة على المحافظات المختلفة.

التوزيع النسبى للوحدات والغرف القائمة على المحافظات السياحية حتى ١٩٩٩/٢/٣١

السنوات	عدد الوحدات	%	عدد الغرف	%	عدد الأسرة	%
القاهرة	٨٠	٩,٢	١١٣٢٧	١٣,٧	٢٢٤٧٥	١٣,٥
الجيزة	٦٦	٧,٦	٨٤٢٥	١٠,٢	١٧٢٠١	١٠,٣
القاهرة الكبرى	١٤٦	١٦,٨	١٩٧٥٢	٢٣,٩	٣٩٦٧٦	٢٣,٨
الأسكندرية	٥٥	٦,٣	٤٥٩٢	٥,٦	٩١٤٧	٥,٥
الأقصر	٤٤	٥,١	٤٣٠٩	٥,٢	٨٥٩٧	٥,٢
أسوان	٢٦	٣	٢٧٠٨	٣,٣	٥٣٩٢	٣,٢
البحر الأحمر	١١٩	١٣,٧	١٨٧٣١	٢٢,٧	٣٨٤٨٣	٢٣,١
جنوب سيناء	١٠٧	١٢,٣	١٢٦٩٧	١٥,٢	٢٤٩٦٦	١٥
شمال سيناء	٦	٠,٧	٥٦٤	٠,٧	١٠٣٩	٠,٦
مرسى مطروح	٢٨	٣,٢	٢٢٢٦	٢,٧	٤٥٩٧	٢,٧
مناطق أخرى	١١٤	١٣,١	٥٦٣٣	٦,٦	١١٧٠٤	٧
فنادق عائمة	٢٢٥	٢٥,٨	١١٧١٣	١٤,١	٢٣٢٩٦	١٣,٩
الإجمالى	٨٧٠	١٠٠	٨٢٩٦٥	١٠٠	١٦٦٨٩٧	١٠٠

الطاقات الإيوائية موزعة على المحافظات المختلفة



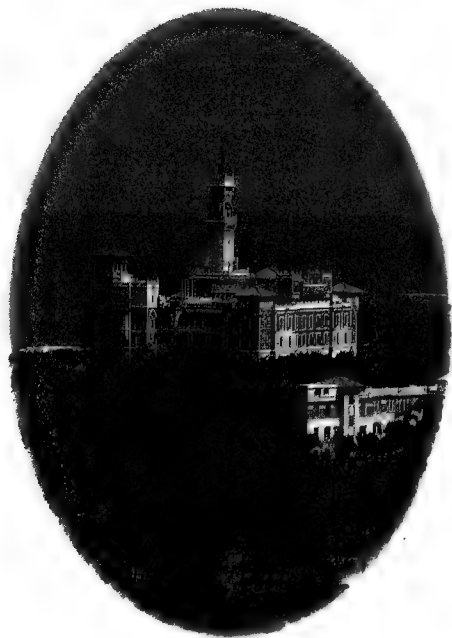
القاهرة الكبرى	23.8%
الجيزة	10.3%
القاهرة الكبرى	23.9%
الأسكندرية	5.5%
الأقصر	5.2%
أسوان	3.2%
البحر الأحمر	23.7%
جنوب سيناء	15%
شمال سيناء	0.6%
مرسى مطروح	2.7%
مناطق أخرى	6.6%
فنادق عائمة	14.1%

مع ملاحظة أن هناك حوالي ٥١ ألف غرفة تحت الإنشاء من المتوقع الإنتهاء من تنفيذها وتشغيلها خلال أربع سنوات وهي كما يلي :

**التوزيع النسبي للوحدات والغرف القائمة على المحافظات السياحية
حتى ١٩٩٩/٣/٢١**

السنوات	عدد الوحدات	%	عدد الغرف	%	عدد الأسرة	%
القاهرة	١١	٣,١	١٦٨١	٣,٣	٣٣٦٢	٣,٢
الجيزة	١٨	٥,١	٢٤٢٥	٤,٧	٥٣٩٦	٥,١
القاهرة الكبرى	٢٩	٨,٢	٤١٠٦	٨	٨٧٥٨	٨,٣
الإسكندرية	٥	١,٤	٥٢٨	١	١٠٥٦	١
الأقصر	١١	٣,١	١٩٧١	٣,٨	٣٩٤٢	٣,٧
أسوان	١٠	٢,٨	٩٦٢	٢	١٩٢٤	١,٨
البحر الأحمر	٦٢	١٧,٤	١٣١٠٦	٢٥,٢	٢٦٨٠٢	٢٥,٣
جنوب سيناء	١٠١	٢٨,٤	٢١٠٨٩	٤١	٤٢٥٤٧	٤٠,٢
شمال سيناء	٤	١,١	٦٣٥	١,٢	١٢٧٠	١,٢
مرسى مطروح	٥	١,٤	٧١٩	١,٤	٢٥٧٤	٢,٤
مناطق أخرى	٤٠	١١,٢	٣٨٢٦	٧,٤	٨٠٥٤	٧,٦
فنادق عائمة	٨٩	٢٥	٤٤٤٥	٨,٧	٨٨٨٩	٨,٤
الإجمالي	٣٥٦	١٠٠	٥١٣٨٧	١٠٠	١٠٥٨١٦	١٠٠

و من ناحية أخرى فقد بلغت شركات فنادق الإدارة الأجنبية في مصر حوالي ٣٨ شركة تقوم بإدارة حوالي ١١٥ فندق بطاقة إجمالية ٣٨١٨٥ غرفة ، ٥٥٩٤٧ سرير.





١- إنجازات الإتحاد المصرى للغرف السياحية





إنجازات الاتحاد المصرى للغرف السياحية:

يمكن تلخيص الإنجازات الرئيسية للاتحاد خلال عام ١٩٩٨/١٩٩٩ فى إطار الدور الذى حدده القانون رقم ٨٥ لسنة ٦٨ المعدل بالقانون رقم ١٢٤ لسنة ١٩٨١ فى الآتى:

أولاً: دعم دور القطاع السياحى فى الإقتصاد القومى وذلك من خلال المعاونة الفعالة والصادقة لوزارة السياحة وجميع عناصر القطاع السياحى والغرف من أجل أستعادة الحركة السياحية الوافدة إلى معدلاتها الطبيعية بحيث نجد أن القيادة السياسية والحكومة قد بذلت الجهد السياسى لإحتواء آثار أزمة الأقصر كما أن وزارة السياحة برئاسة السيد وزير السياحة دكتور ممدوح البلتاجى وأجهزتها المختلفة وبالتعاون مع الإتحاد المصرى للغرف السياحية والغرف السياحية الأربعة قد قامت ببذل الجهود المهنية السياحية المتواصلة من خلال المشاركة فى الندوات والمؤتمرات والمعارض والإتصالات الشخصية ومع وسائل الإعلام ومنظمى الرحلات.

وذلك فى إطار خطة التنشيط السياحى الرئيسية التى وضعت بواسطة اللجنة العليا للتنشيط السياحى برئاسة السيد الدكتور وزير السياحة وبمعاونة الإتحاد والغرف السياحية وباقى الأجهزة المعنية.

ثانياً : المساهمة فى تنشيط وترويج القطاع السياحى المصرى من خلال:

أ- المعاونة فى عقد مؤتمر SNAV بالأقصر وذلك بمساهمة مالية مقدارها ٢٤٠ ألف جنيه وهى تعادل حوالى ربع الإيرادات المالية للإتحاد خلال العام المالى ١٩٩٩/٩٨ وقد كان لعقد هذا المؤتمر اثره الإيجابى فى إسترداد حركة السياحة خلال فترة وجيزة لا تتجاوز ١٨ شهراً من تاريخ وقوع حادثة الأقصر، إذ بدأت الحركة فى النمو فى أواخر عام ١٩٩٨ حيث أخذت فى النمو السريع مع بداية عام ١٩٩٩ وبلغت ذروتها فى يوليو ١٩٩٩ إذ زاد عدد السياح واللىالى السياحية بحوالى ٢٢,٩٪، ٤٠,١٦٪ على التوالى بالمقارنة بنفس الفترة فى عام ١٩٩٨ بل فاقت عام الذروة (١٩٩٧) بـ ١١,٢٦٪، ١٦,٩٣٪ على التوالى.

ب- كلف الإتحاد السادة ممثلى الغرف المشاركين فى المعارض والمؤتمرات الدولية بتمثيل الإتحاد إضافة إلى تمثيل غرفهم خلال مشاركتهم فى المعارض الخارجية ولقد أسند النصيب الأكبر من هذه التكاليف إلى السيد رئيس غرفة الفنادق بصفة سيادته نائب رئيس الإتحاد.

وقد مثل الإتحاد فى مؤتمرين خلال عام ١٩٩٩/٩٨:

- مؤتمر ومعرض W.T.M حيث ركز ممثل الإتحاد مشاركته فى حضور إجتماعات منظمة W.T.O. التى عقدت ندواتها على هامش معرض W.T.M.
- مؤتمر معرض الأسا فى الولايات المتحدة الأمريكية.

جـ- في مجال دعم الأنشطة الرامية إلى تنشيط السياحة ساهم الإتحاد بالآتي:

- (١) لقاء رئيسة الآستا السابقة بتاريخ ١٩٩٨/٧/٢٦.
- (٢) لقاء سكرتارية الإتحاد العربي للفنادق والسياحة خلال الفترة من ٢١-٢٤/٩/١٩٩٨ أثناء تواجدهم بالقاهرة للإعداد لعقد إجتماع الجمعية العمومية للإتحاد العربي للسياحة والفنادق.
- (٣) لقاء المشاركين في ندوة منظمة السياحة العالمية التي عقدت بالقاهرة بتاريخ ١٩٩٨/١١/٤.
- (٤) لقاء الجمعية العمومية للإتحاد العربي للفنادق والسياحة يوم ١٩٩٨/١١/٣٠.
- (٥) لقاء المشاركين في مؤتمر السياحة العربية الذي نظّمته جريدة الجمهورية يوم ١٩٩٨/١١/٢٤.
- (٦) لقاء مجلس إدارة منظمة الاوفتا يومي ١٥-١٦ مايو ١٩٩٩.

د- شارك الإتحاد في حضور المؤتمر الرابع للسياحة البيئية لدول البحر المتوسط في يونيو ١٩٩٩ .

- هـ- المشاركة في مؤتمر W.T.O ببولندا خلال اكتوبر ١٩٩٨ .
- و- المشاركة في مؤتمر W.T.O بدمشق خلال شهر ابريل/مايو ١٩٩٩ .
- ز- المشاركة في مؤتمر W.T.O بفرنسا خلال شهر يونيه ١٩٩٩ وذلك لحضور مؤتمر الأثر الإقتصادي للسياحة وهو متعلق بالدراسة التي يقوم الإتحاد بالإعداد لها.
- ح- المشاركة في إجتماعات مؤتمر الدورة الثانية للمجلس الوزاري العربي للسياحة باليمن خلال شهر يونيه ١٩٩٩ .

ثالثاً: إعداد الدراسات العلمية التي تخدم القطاع السياحي حيث تم المساهمة في أربع دراسات:

- ١- دراسة أثر السياحة في الإقتصاد القومي بالتنسيق مع المركز المصري للدراسات الإقتصادية وهي دراسة علمية موثقة عن أثر السياحة في الإقتصاد القومي المصري بتكلفة إجمالية مقدارها ثمانون ألف دولار ساهم فيها الإتحاد بمبلغ عشرون ألف دولار وكذلك وزارة الإقتصاد ووزارة السياحة والمركز المصري وسيتم عرض نتائج هذه الدراسة خلال شهر اكتوبر ١٩٩٩ .

- ٢- دراسة أثر تغير القوانين والقواعد للمنظمة للطيران على السياحة والإقتصاد القومي المصري ولقد تم التنسيق مع منظمة W.T.T.C على إعداد هذه الدراسة بتكلفة إجمالية حوالي ٣٥ ألف دولار سيتحمل تكلفتها كل من الإتحاد وغرفة الشركات وغرفة الفنادق بالتساوي فيما بينهم .. وذلك بهدف توضيح:

- أ- القواعد الحالية للمنظمة للطيران المنتظم والعارض والاثر الإقتصادي الذ ، يعود على السياحة من جراء تغير هذه القواعد.

- ب- تحديد الطاقة الإستيعابية للمطارات الحالية والطاقة الواجب إضافتها لمقابلة التدفق السياحي المتوقع بكل منظمة من المناطق السياحية بمصر.



ت- دراسة الإختناقات والمعوقات فى التدفق السياحى وأسلوب التغلب عليها .
ث- أثر تغير القوانين والتشريعات الحالية على مصر للطيران والعائد المضاف إلى السياحة والإقتصاد القومى.

٣- دراسة التعديلات المطلوبة لقوانين الإدارة المحلية المعمول بها حالياً ولقد تم تكليف السيد المستشار القانونى للإتحاد ولجنة التشريعات والقوانين بالإتحاد بإعداد هذه المقترحات. هذا بالإضافة إلى تكليف الغرف بإبداء الرأى وتحديد مطالبها فى هذه التعديلات.

وخلال العام تم إستصدار تعليمات السيد رئيس الوزراء بإيقاف العمل بالرسوم الإضافية التى فرضتها المحافظات والمحليات على الأنشطة السياحية والتى كانت قد وصلت فى بعض المواقع إلى أكثر من ٦٠٪ من إجمالى نشاط المنشآت السياحية وقد ساهم الإتحاد مباشرة فى الدفاع عن الصناعة فى مواجهة الجهات المعارضة لتنفيذ تلك التعليمات.

٤- دراسة القوانين الحالية المنظمة للسياحة والتعديلات الواجبة فى هذه القوانين لتلائم التطور فى الأنظمة العالمية ولمواجهة الكيانات العملاقة ومنظمة التجارة العالمية ومتطلبات الجمعيات العمومية للإتحاد والغرف. وينتظر الإنتهاء من هذه التعديلات خلال الدورة القادمة.

وأبهاً تطوير الهيكل التنظيمى للإتحاد:

فى ضوء التعديلات التى طالب بها أعضاء الجمعية العمومية للإتحاد تم إجراء الآتى:
١- تم وضع هيكل تنظيمى للإتحاد يتلائم مع متطلبات المرحلة القادمة، بحيث تضمن الهيكل التنظيمى.

أ- مركز للمعلومات.

ب- مسئول عند التدريب.

ت- مسئول للإعلام والعلاقات العامة.

٢- تم البدء فى إنشاء مركز للمعلومات يحقق الإتصال بمراكز معلومات كل من وزارة السياحة ومركز معلومات رئاسة الوزراء والجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء والغرف السياحية وكذا مع شبكة الإنترنت بحيث يمكن من خلال هذا المركز أن يتم الحصول على المعلومات التى تخدم كل من المستثمر السياحى وشركات السياحة والفنادق ولايبتظر أن يظهر الأثر الفعلى للعمل بهذا المركز قبل مرور عام على الأقل من إنشائه. وقد تم عمل موقع للإتحاد على شبكة المعلومات المشتركة للإتحاد الأوروبى.

خامساً : دراسة أسلوب تسعير المنتج السياحى:

قام الإتحاد بالتصدى لهذه المشكلة عن طريق:

١- عقد ندوة بالإشتراك مع جمعية الكتاب السياحيين للإستماع لكافة وجهات النظر المتعلقة حول هذا الموضوع.

٢- تم عقد لقاء مع السيد محافظ البحر الأحمر وبحضور السيد الدكتور وزير السياحة ورئيس غرفة الفنادق وبعض السادة أصحاب الفنادق والمستثمرين في البحر الأحمر لتحديد المشاكل والاستماع لوجهات النظر والإنفاق على إطار معين لسياسة التسعير.

٣- تم عقد لقاء مع السيد محافظ جنوب سيناء وبحضور السيد الدكتور وزير السياحة ورئيس غرفة الفنادق وبعض السادة أصحاب الفنادق والمستثمرين في جنوب سيناء لتحديد المشاكل والاستماع لوجهات النظر والإنفاق على إطار معين لسياسة التسعير.

٤- تم حصر ما نشر من مقالات حول هذا الموضوع وتم تشكيل لجنة بالإتحاد لإعداد المقترحات الخاصة بسياسة التسعير.

٥- جرى الإتصال بعدد من بيوت الخبرة الأجنبية بشأن الحصول على بيانات عن سياسات الأسواق المجاورة والمنافسة سواء من ناحية التسهيلات الممنوحة أو الأسعار السائدة وكذا معدلات السائحون وكافة البيانات التي تساعد على اتخاذ القرارات اللازمة والمناسبة في كافة الظروف والتوقيات.

٦- تم الإتفاق على تحديد سياسة التسعير والحد الأدنى للأسعار في منطقة (جنوب سيناء - البحر الأحمر - الإسكندرية - الأقصر - أسوان) أما القاهرة فقد تم تقسيمها إلى ثلاث أجزاء (الهرم - وسط القاهرة - مصر الجديدة).

وكذا سياسة الرفع التدريجي للأسعار والخطوات التي سيتم إتباعها بواسطة غرفة الفنادق والإتحاد وكذا الوزارة لمواجهة مخالفة هذه التعليمات. وخلال المرحلة السابقة والتي تعرضت فيها الصناعة لهجمات شرسة تدعو للتدخل في تسعير المنتج السياحي قام الإتحاد بالدفاع عن الحق المشروع لصناعة السياحة في حرية تسعير منتجاتها.

سادساً : متابعة القضايا المتعلقة بالسياحة:

١- تابع الإتحاد المناقشات المتعلقة بتقرير مستقبل مصر السياحي المقدم من لجنة الثقافة والإعلام والسياحة بمجلس الشورى خلال جلساته ٣٨ ، ٣٩ ، ٤٠ ، ٤١ التي عقدت خلال شهر مارس.

٢- تابع الإتحاد المناقشات التي دارت في المجالس القومية المتخصصة حول الدراسة المقدمة من مجموعة العمل برئاسة الدكتور إجلال راتب من معهد التخطيط القومى حول إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وإنعكاستها على الإقتصاد القومى.

٣- تابع الإتحاد قضية التسعير وتم توضيح الإجراءات المتخذة إستناداً على الدراسات التي يقوم الإتحاد بإعدادها.



٤- تابع الاتحاد قضية رسوم المحليات التي تزيد عن ٢٪ وقام بالعديد من الإجراءات مع السادة الوزراء المعنيين وكذا السادة المحافظين والتي إنتهت بقرار السيد رئيس مجلس الوزراء بعدم فرض رسوم تزيد عن ٢٪ إلا بقانون وما زال الاتحاد يتابع تطور هذه المشكلة التي تؤثر على الكثير من الفنادق في كل من الأقصر والبحر الأحمر.

٥- تابع الاتحاد مشكلة تكرار الحوادث بالنسبة للأتوبيسات السياحية واتخذ مجلس إدارة الاتحاد قراره بتشكيل لجنة برئاسة السيد وكيل أول وزارة السياحة وعضو مجلس إدارة الاتحاد إلا إنه نظراً لتصدى غرفة شركات السياحة لهذه المشكلة فقد تم تكليف الغرفة للقيام بالبحث والدراسة واتخاذ الخطوات الفعالة من الحد من تكرار هذه الحوادث التي كادت تتحول إلى ظاهرة.

٦- إثارة البعض لظاهرة زيادة العرض عن الطلب بالنسبة للتوسع في طاقة الإقامة في بعض المناطق السياحية مما حدا بالاتحاد للقيام بالعديد من الإتصالات مع كل الجهات المعنية (الوزارة - المستثمرين - الغرف - أصحاب الأراء المتعارضة في هذا الشأن) وعلى ضوء الدراسة التي سكلف بها احد بيوت الخبرة العالمية وكذا على ضوء الدراسة الجارى إعدادها بشأن أثر السياحة والقواعد الحاكمة المؤثرة على الطيران والطاقة الإستيعابية للمطارات سيتم الحوار للوصول إلى وجهة نظر الاتحاد في هذا الشأن.

٧- قرار زيادة رسوم الحصول على تأشيرة الدخول في منافذ الوصول مما دعى الاتحاد إلى عقد مؤتمر مع السيد رئيس هيئة ميناء القاهرة الدولي وبحضور ممثلى الجمعية العمومية للاتحاد والسادة أعضاء مجالس إدارات الغرف وانتهى الحوار إلى موافقة السيد رئيس هيئة ميناء القاهرة على تأجيل تنفيذ هذا القرار.

سابعاً : التدريب

و فى ضوء الإيمان التام بأن الجودة بمعناها الشامل تنبع أساساً من العنصر البشرى الذى يعتبر الدعامة الأساسية فى العمل السياحى فقد قام الاتحاد بالأنشطة التالية :

١- الإشتراك فى اللجنة التنفيذية العليا لتنمية القوى البشرية والتدريب برئاسة السيد وزير القوى العاملة ويمثل الاتحاد والغرف فى هذه اللجنة كل من رئيس الاتحاد ورئيس غرفة الفنادق والتي تهدف إلى توفير العمالة اللازمة على المستوى الوطنى طبقاً لضوابط ومعايير محددة.

٢- تم الإشتراك فى لجنة تحديد التوصيف المهنى والمواصفات القياسية ومعدلات الأداء التابعة لكل من وزارة العمل والصندوق الاجتماعى ولقد تم تحديد عشرون مهنة سياحية بناء على توصية كل من غرفة الفنادق والشركات والمنشآت السياحية وسيتم العمل على وضع التوصيف المهنى طبقاً للمواصفات العالمية ومعدلات الأداء وأساليب القياس لهذه المهن بتمويل من الصندوق الإجتماعى .

٣- قام الاتحاد بالتنسيق وإعداد مشروع تدريبي لعدد ٥٠٠ متدرب لصالح غرفة الفنادق مع الصندوق الإجتماعي على أساس مساهمة الاتحاد بنسبة ٥٪ من تكاليف تنفيذ هذا المشروع وإن تساهم غرفة الفنادق بنسبة ١٠٪ من تكاليف تنفيذ هذا المشروع على أن يتحمل الصندوق الإجتماعي بباقي التكاليف بشرط أن يسدّد نسبة ٦٠٪ من المتدرب عقب تأهيله وتعيينه وعلى أقساط شهرية على مدار سنتين. ولقد تم توقيع عقد تنفيذ التدريب في بداية شهر أكتوبر ٩٩.

٤- تم وضع الإطار العام لتدريب عدد ١٥ ألف متدرب لصالح القطاع السياحي على مدار خمس سنوات بمعدل ثلاث آلاف متدرب سنوياً وذلك للغرف السياحية الأربعة بتكلفة إجمالية مقدارها حوالي ٢٨ مليون جنيه تساهم فيها وزارة السياحة بمبلغ ٤,٥ مليون جنيه وقد وافقت وزارة السياحة فعلاً أن تساهم بمبلغ ٨٠٠ ألف جنيه مقدار حصتها في العام الأول وستتراوح نسب مساهمة الاتحاد والغرف ما بين ١٠-١٥٪ يتحمل الصندوق الإجتماعي بباقي التكلفة.

الاتحاد المصري للغرف السياحية



السيد / أحمد الحاشي
أمين الصندوق



السيد / حسين يهيا
وكيل أول وزارة السياحة



السيد / محمد توفيق
رئيس مجلس إدارة الاتحاد



السيد / أحمد المقرئ
رئيس مجلس إدارة الاتحاد



السيد / هادى عبد الرازق



السيد / سامط الوصف



السيد / حسن يحيى



السيد / إلهامى الزيات



السيد / هادى عبد العزيز



السيد / عزيز جرجس



السيد / عز الدين الشبراوى



السيد / عز الدين إبراهيم



السيد / تيارك عبد الخليف



السيد / مرسى الجابرى



السيد / صالح سلومة



السيد / أحمد الهياسى
نائب مدير الاتحاد



السيد / أحمد الخادم
مدير الاتحاد



الدكتور / صلاح عبد الوهاب
المستشار القانونى للاتحاد

غرفة المنشآت الفندقية



السيد / مصطفى البدوي
أمين الصندوق



السيد / محمد عزاب
نائب رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / محمد لمسيم
رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / حسن يحيى



السيد / المحمدي حويدق



السيد / أحمد النحاس



السيد / محمد أبو النجا



السيد / هتحن نور



السيد / حمدي عجيز



السيد / وسيم محي الدين



السيد / مثير غبور



السيد / مصطفى الجندى



السيد / محمود سالم
أمين عام الفرقة

غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة



السيد / صيف النصر الهماري
أمين الصندوق



السيد / محمد صثمان
نائب رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / الهامسى الزيات
رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / سامى حجازى



السيد / جورج غبريال



السيد / بهيج الجوهري



السيد / سلام حافظ



السيد / عادل فريد اسماعيل



السيد / عادل عبد الرازق



السيد / مجدى المتاوى



السيد / ماهر نصيف



السيد / فادر البيلاوى



السيد / رياض قنابل
أمين عام الفرقة

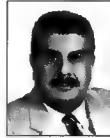
غرفة المنشآت السياحية



السيد / حسن إبراهيم خض
أمين الصندوق



السيد / فؤاد سماحة
نائب رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / أحمد الحاتّي
رئيس مجلس إدارة الفرقة



السيد / شكري حسين صامح



السيد / هز الدين إبراهيم



السيد / خالد عثمان



السيد / محمود عبد المتعم القيسوي



السيد / محمد حامد أبو زيد



السيد / محمد هادئ عثمان



السيد / يوسف مرقص فوس



السيد / مجدى محمود الملاح



السيد / إسماعيل شوقي
المستشار القانوني وأمين
عام الفرقة

غرفة العاديات والسلع السياحية



السيد / حسن محمد حسن
أمين الصندوق



السيد / ايهاب عبد الله عطية



السيد / فاروق خطاب



السيد / محمد علي قاسم



السيد / محمد حسين المجدي
كاتب رئيس مجلس إدارة الغرفة



السيد / أمير فؤاد فرج هايد



السيد / هاني رضا الهرماني



السيد / فريد ارشاك



السيد / سعد العباسي
أمين عام الغرفة



السيد / مرمي الجابري
رئيس مجلس إدارة الغرفة



السيد / إبراهيم القماطي



السيد / حسين صابر



السيد / هاني فاروق خليل

THE EFTC's ACHIEVEMENTS DURING THE YEAR 1998-1999

In the aftermath of the 1997 Luxor attack, the EFTC has had to rise to its members expectations as well as to its national duty as the propeller of the Egyptian tourism industry, to meet the challenges imposed by that incident and to restore the flow of tourists and revenues in the shortest time possible.

This was realised in several ways , such as :

- * Endorsing the role of the private tourism sector in collaboration with the Ministry of Tourism and other government agencies to restore the flow of tourism to its normal levels, by participating in all international and regional trade events, and promotion campaigns.
- * Sponsoring and assisting with the organisation of the French National Travel Agents Association (SNAV) conference in Luxor in 1998. This had a strong positive effect on the restoration of French tourism to Egypt in record time.
- * Organising and sponsoring meetings with the Arab Hotels & Tourism Union, the World Tourism Organisation, the UFTAA board of directors.
- * Commissioning and partaking in several research studies involving the importance of tourism to the Egyptian economy , the need to liberate aviation policies, the need to introduce legislative changes on the laws governing tourism in Egypt, and the development of correct pricing policies in Egypt's tourism industry.
- * Developing the internal structure of the EFTC by revising its administrative structure and job descriptions for all positions and creating new positions for training and media communication.

Other activities of the EFTC included the organization of seminars and , workshops dealing with current issues, such as pricing policies, the formation of coalitions in tourism, the need for legislative changes, as well as educational and training events.



GROWTH IN ACCOMMODATIONS

At the end of 1998, Egypt had about 83000 operating hotel rooms. In 1999 another 7718 rooms will enter service with an increase of 9.3 % and an investment value of 1.5 billion Egyptian Pounds.

The following table shows the relative distribution of hotel rooms in Egypt as of March 31, 1999 :

A R E A	Rooms in Service	Rooms under construction
Cairo	11327	1681
Giza	8425	2425
Alexandria	4592	528
Luxor	4309	1971
Aswan	2708	962
Red Sea	18731	13106
South Sinai	12697	21089
North Sinai	564	635
Marsa Matrouh	2226	719
Other	5633	3826
Floating Hotels	11713	4445
Total	82965	51378

Furthermore, the number of international and foreign hotel management companies operating in Egypt has reached 38 companies, managing 115 hotels with 38185 rooms.

DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN EGYPT DURING THE YEAR 1998-1999

Despite the negative effect of the terrorist attack on tourists in Luxor in 1997, the decrease in the total number of tourists visiting Egypt in the fiscal year 1998/1999 was contained within 12.8% . This was largely due to the tremendous promotional effort undertaken by the tourism sector to overcome the effects of that tragic attack.

In 1998/99 Egypt received 3,454,000 tourists ,
The total tourism revenues were US\$ 1,291,441,000
The total number of room/nights was 20,000,100
The average period of stay per tourist was 5.8 nights

Statistically, the tourists visiting Egypt in 1998/99 came from the following sources:

Middle East	28.5 %
Africa	3.8 %
North America	5.3 %
Latin America	1.05%
Eastern Europe	5.4 %
Western Europe	51.2 %
Pacific East Asia	2.1 %
South Asia	2.6 %
Other	0.05 %

Among the Western European tourists the leading nationalities were:

1) Italy 2) Germany 3) United Kingdom 4) France

Of all tourist arrivals, 66 % were by air , 11.2 % by sea , and 22.8 % overland.

It must be noted also, that the statistics for the period January / June 1999 show a large increase in tourist arrivals and revenues. This is a result of the wearing off of the Luxor attack effects.

Projections for the coming fiscal year indicate sustained growth in all areas.



TRANSPORT PROBLEMS

Needless to say, the flow of tourism to and within any country depends greatly on the adequacy and efficiency of the transport services available. The air transport problems facing the tourism industry in Egypt are mainly caused by the high degree of government regulation of that industry and the great favourism accorded to the country's official national carrier. The EFTC has commissioned the World Travel & Tourism Council (WTTC) to undertake a study on the issue, and the initial findings indicate the great need to liberate and deregulate the air transport industry in Egypt. This study will be used to gain government support for deregulation.

Surface transport problems, especially those related to the quality of roads and safety standards are also one of the main concerns of the tourism industry. The Egyptian Travel Agents Association is currently undertaking a major study aimed to develop systems resulting in improved safety standards in surface transport as well as better road management especially in heavy tourist traffic areas.

In dealing with this problem the tourism industry together with the government have resorted to:

- * Establishing long term strategies and marketing plans.
- * Using international marketing and promotion companies and specialists.
- * Organising road-shows to prospective markets.
- * Increasing Egyptian participation in international travel fairs and tourism conferences.
- * Developing high quality , multilingual, promotional material for distribution.

PROBLEMS OF VARIETY & QUALITY

Considering the large number of natural and man-made attractions in Egypt, the variety of the tourist products offered is inadequate. This is largely due to the absence of the necessary infrastructure required to develop new tourist attractions and destinations in the country. Another major challenge facing Egypt is the great need to raise the standards of quality in all aspects of the different tourist products and services offered, to conform with international norms.

In dealing with these issues the tourism industry is:

- * Driving the government to fund infrastructure projects in the potential tourist destinations, such as roads, airports, power and water plants, etc.
- * Establishing standards governing the practice of tourism business activities in order to raise the standards of quality in doing business.
- * Establishing training programs and facilities in all sectors of the tourism industry in collaboration with professional workforce development agencies.

PRICING POLICY PROBLEMS

An issue of some controversy is the pricing of tourist products in Egypt, as some see that they are underpriced by comparison to their value, whereas others believe that they are adequately or even overpriced in view of the competition from other destinations and the quality of the product. However there is consensus that the pricing of the tourist product in Egypt needs to be made in a more systematic and studied manner.

The EFTC is planning to commission a study on the structuring of a pricing system for tourist products in every region of Egypt in the near future.



PROBLEMS & ISSUES FACING TOURISM & DEALING WITH THEM

There are several problems and challenges that face the tourism industry in Egypt. These problems can become inhibitors of growth unless they are dealt with using the correct scientific approach. In general, these problems can be classified in five groups as follows :

- * The fluctuations in tourism receipts (earnings).
- * Marketing and Promotion problems.
- * Problems related to the variety and quality of products offered.
- * Pricing policy problems.
- * Transport problems.

THE FLUCTUATION OF TOURISM RECEIPTS

Periodically since 1981, Egypt has experienced a series of incidents that have negatively affected the flow of tourism to the country, causing drops in tourist arrivals and therefore tourism receipts. A pattern has developed after each incident whereupon the cycle starts with an immediate and severe drop in the flow of tourists lasting for a period of time, followed by a rapid surge in the flow of tourists, and later a level-out period of normal flow and gradual growth.

Dealing with this problem involves:

- * Taking this problem into account at the investment planning stage.
- * Developing banking finance policies to deal with this problem ensuring the survival of business through the drop period, such as low-interest financing.
- * Developing government policies to help businesses survive the drop period such as deferring utilities dues, taxes, and other fiscal dues until after the crisis period.

MARKETING AND PROMOTION PROBLEMS

There is broad consensus that tourism to Egypt has not been promoted and marketed enough. This holds particularly true when we consider the strong need for marketing and promotion particularly to overcome the negative effect of disfavoured incidents that may occur .

THE ROLE OF TOURISM IN EGYPT'S ECONOMY

Until recently, the importance of tourism to Egypt's national economy was a subject of some controversy. It was the opinion of some that the role of tourism is a relatively marginal one, accounting for no more than 2% of Egypt's GDP and only 1% of the national workforce, and that its only value is that it is a source of foreign currency (\$ 3.5 billion in 1996). This narrow-sighted view of tourism's role in our national economy is changing rapidly.

The new global view towards the tourism industry worldwide has prompted economists to re-evaluate the importance of tourism in national economies by measuring its impact on other national accounts, i.e. the indirect value added to the economy because of tourism expenditures.

In Egypt, two major studies were undertaken recently to measure the economic impact of tourism. One study was undertaken by the National Institute for Planning, and the other by the Egyptian Center for Economic Studies. Both studies revealed that the real value of tourism to Egypt's national economy is far greater than previously measured.

Given some minor variations, the studies show that tourism accounts for 11.3% of the GDP, 12.6% of the total employed workforce, and 19.1% of tax revenues.

As the tourism industry in Egypt rises to new horizons, growth stems in all sectors of the economy through linear and cross relations. And as one of the fastest growing segments of the Egyptian economy, tourism will continue to play an increasingly important role in the country's national economy.



THE ROLE OF THE EFTC

Since its founding in 1968, the Egyptian Federation of Tourist Chambers has been the consolidating force behind the Egyptian tourism sector , propelling it towards a continually growing role in the Egyptian economy, within the overall national strategies of economic development.

Within that framework, it falls on the EFTC to guard and defend the common interests of the tourism industry by developing strategic cooperation and joint planning between the different associations forming the EFTC , as well as coordinating efforts aimed at realizing the common goals.

The EFTC also works in close cooperation with all other governmental and non-governmental organizations involved in tourism planning and development, as well as performing the role of advocate to the legislative councils on the local and national levels.

To recapitulate, the role of EFTC includes :

- * Advancing the position of tourism among the leading national industries.
- * Improving the quality of the Egyptian tourism products.
- * Achieving sustainable tourism in Egypt.
- * Increasing the levels of tourism receipts and tourist arrivals.
- * Improving the business climate for the Egyptian tourism industry.

CHAIRMAN'S MESSAGE

Dear Colleagues

This year, the Egyptian Federation of Tourist Chambers has developed its Annual Report to a new form, in an effort to make it an effective tool in the hands of all persons concerned with the tourism industry in Egypt, in an effort to consolidate the EFTC's role as an advocate to businessmen, government officials, legislators, and the media.

This year's report reviews the current state of affairs of the tourism industry in Egypt, as well as its predominant problems and concerns and how we at the EFTC are dealing with them.

This year's review also reports on the growth in Egypt's accommodation capacity, and on the EFTC's achievements overall.

We hope you will find this a useful tool for your planning and operations.

Yours truly,

Egyptian Federation of Tourist Chambers

Ahmed El-Maghraby
Chairman



CONTENTS

Chairman's Message	Page 3
The role of the EFTC	4
The role of tourism in Egypt's economy	5
Problems & issues facing tourism and dealing with them	6
Development of the tourism industry during the year 1998-1999	9
Growth in accommodations	10
The EFTC's achievements during the year 1998-1999	11

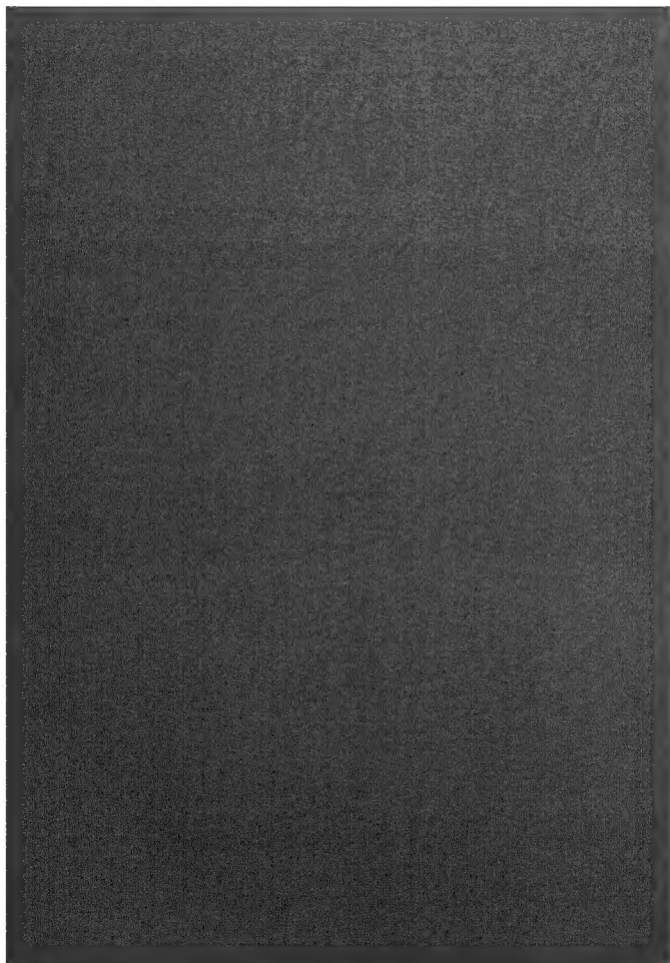
The Egyptian Federation of Tourist Chambers

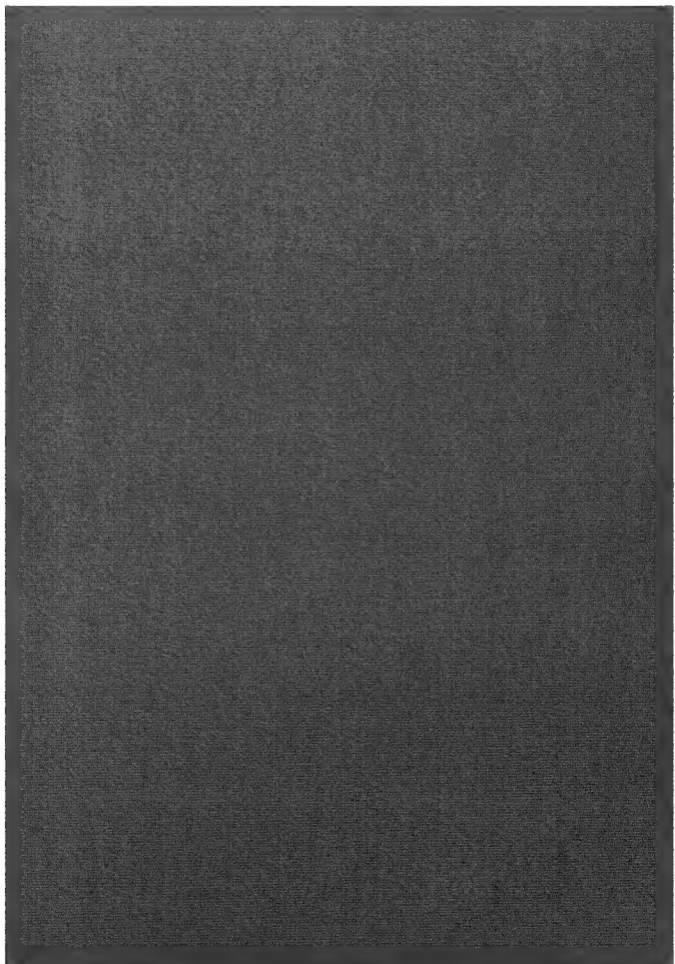
THE EGYPTIAN TOURISM INDUSTRY

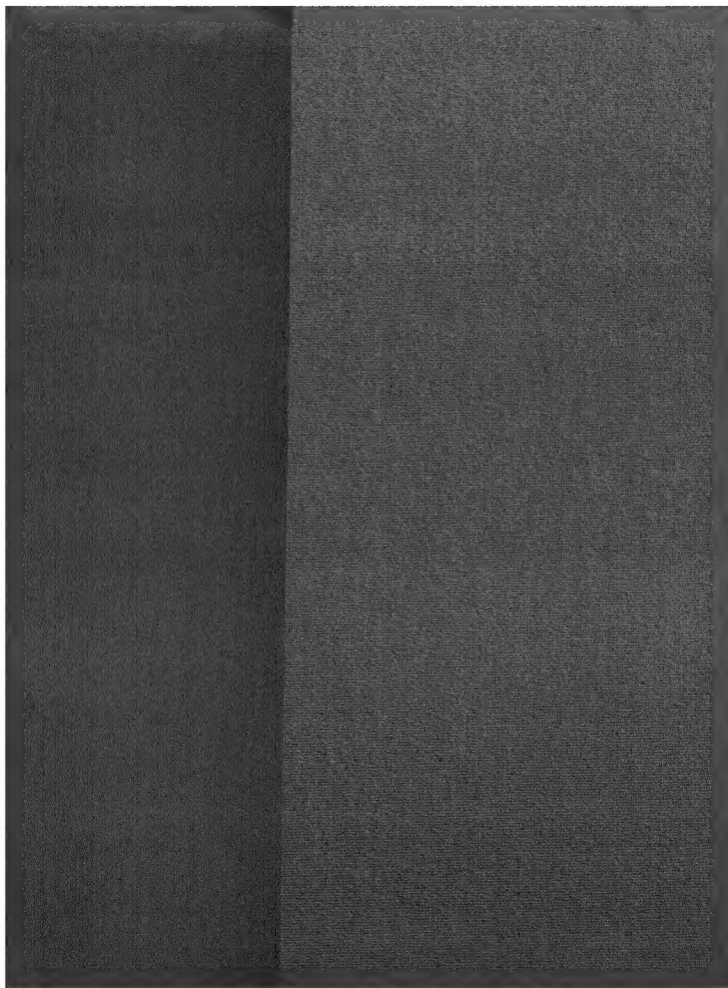
ANNUAL REPORT

1998-1999









THE EGYPTIAN FEDERATION OF TOURIST CHAMBERS

THE EGYPTIAN TOURISM INDUSTRY

ANNUAL REPORT

1998 -1999



Bibliotheca Alexandrina



0392130